

SEMANAeconómica

SEMANAeconomica.com

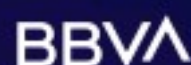
Lima, 16 de junio del 2024 | Año XXXVIII | No 1918 | Precio S/30

XX ENCUESTA DE
Gerentes Generales

Los CEO del país consolidan su optimismo para el cierre del 2024 y también su creciente desencanto con el gobierno. **9-49**



TOP 25 DE LOS CEO MÁS RENTABLES DEL PERÚ



Conversatorio

El futuro del trabajo en la era de la IA

20 JUNIO | 10:00 AM

Vía Streaming

Participan:



Javier Zúñiga
Advanced Analytics
Discipline Leader de
BBVA en Perú



Edgar Arana
Lider de la Arquitectura
de Colaboración para la
Región Andina de Cisco



Victor Valle Mancini
Managing Director Perú
& Ecuador de Globant



Ana María Martínez
Co-Founder & CGO de
Kaudal



Regístrate



SE Índice

16 de junio del 2024 | Año XXXVIII | No SE 1918

LA VOZ DE SE Los partidos políticos se han otorgado un estatus que ni las empresas ni las asociaciones civiles tienen: no serán pasibles de responsabilidades penales. 6

VOCES Y OPINIONES Jaime Saavedra, Director de Desarrollo Humano para América Latina del Banco Mundial 10

VOCES Y OPINIONES Alfonso Gómez Palacio, CEO de Telefónica Hispanoamérica 12

SE DESTACA El nuevo modelo de limpieza y recojo de basura de la Municipalidad Metropolitana de Lima genera más dudas que certezas sobre su viabilidad. 14

SE DESTACA En su primera entrevista como *country manager* de Falabella Perú, Alex Zimmermann habla sobre la reestructuración de la compañía. 16



ESPECIAL Los CEO del país consolidan su optimismo para el cierre del 2024 y también su creciente desencanto con el gobierno. 49

Sectores y Empresas

GASTRONOMÍA El K-boom de la comida coreana 61

INFRAESTRUCTURA Ositrán: "No se ha presentado la adenda [del Jorge Chávez] a Ositrán" 62

INFRAESTRUCTURA Majes contra el tiempo 62

AGROPECUARIO Mango a medias 63

ECOMMERCE La amenaza del dragón 63

STARTUP En la mira: CobraYa 64

Economía y Finanzas

INVERSIONES Las 'fijas' de la BVL para el resto del año 65

POLÍTICA FISCAL Alonso Segura: "No sé si el Ejecutivo le está dando la importancia debida al déficit" 66

MACROECONOMÍA Capital que no regresa 67

INVERSIONES Retorno a fondos mutuos 67

Management

ESTRATEGIA La venta de créditos ya no basta 68

DIGITALIZACIÓN La Positiva: "La fuerza de ventas incrementó su productividad en más del 30%" 69

DESARROLLO PROFESIONAL ¿Permanecer en la empresa o salir de esta? 69

Legal y Política

POLÍTICA Un esquema diseñado a la medida del Congreso 76

LABORAL Acelerador de cobros 77

Movidas



RAFAEL MEDINA asumió como nuevo CEO del club Alianza Lima, tras ser nombrado por la Junta de Acreedores el último 19 de abril. Previamente, se desempeñó como *director of Business Development* en GCZ Ingenieros.



MARK TALBOT, líder de BCP Xplore y gerente de Negocios Multinacional y *Fintech* del banco, asumirá como gerente general de BCP Miami el 1 de agosto.



DAVID PÉREZ-PALMA es el nuevo gerente de Administración y Finanzas de SCS Perú y Ecuador. Ejercía como gerente regional de Planeamiento Financiero para América Latina en la misma empresa.



JESÚS ESPINOZA, ex director de Libre Competencia y ex secretario técnico de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del Indecopi, es nuevo socio senior del estudio Muñoz.



PAMELA ARCE asumió como socia del área de Reestructuración e Insolvencias del estudio Hernández & Cía. Antes ejerció como profesora de Derecho Concursal en la Universidad de Piura.



ALBERTO ARAUZ, cofundador de PubliFyer, fue nombrado director comercial regional de dicha empresa en el Perú.



HÉCTOR FIGARI se incorporó como socio de la firma Salazar & Zúñiga Abogados. Se desempeñaba como consultor independiente.

SEMANAeconómica



Número 1918

Lima, 16 de junio del 2024

DIRECTOR Y GERENTE DE CONTENIDOS / Diego Chirinos Carri

EDITORES / Juan Rozales Arenas y Jaime Cordero

EDITOR WEB / Iván Álvarez

ANALISTA SENIOR / Karen Rojas Andía, Marco Alva Pino, Alessandra Saavedra U., Junior Miani

ANALISTAS / Alba Riquas O., Jonathan Terranova V., Marisol Alvarado Bolívar, Claudia Gutiérrez Cordero.

ASISTENTE DE REDACCIÓN / Tamara Ojeda Tambo

COMMUNITY MANAGER / Diana Yong

EDITORIA GRÁFICA / Martha Rodríguez Salazar

DISEÑO E INFOGRAFÍA / André Bedregal, Rubén Morales

FOTOGRAFÍA / Olenka Calderón

COORDINADOR AUDIOVISUAL / Jean Carlo Uactahuaman

REALIZADOR AUDIOVISUAL / Italo Bernal Sánchez

GERENTE GENERAL / Carlos de la Riva

CHIEF REVENUE OFFICER / Ernesto Ferrini

JEFE DE CONTENT LAB / Eduardo Prado Estrella

JEFE DE MARKETING DIGITAL / Luis José Malásquez Lévano

EDITORIA DE NUEVOS PRODUCTOS / Jenny Vanillas Paz

EDITOR DE ARTE / Rafael Torres MQ

ANALISTA DEL CONTENT LAB / Daniela Navarro

JEFE DE CALL CENTER / Martín Bringas

JEFE DE ADMINISTRACIÓN, TESORERÍA Y CONTABILIDAD / Rosmary de la Torre

PUBLICIDAD / Graciela Escobar, Ana Reyes, Malú Pérez

WEB TRAFFICKER / Mario Popuche

TELEMARKETING / Silvana Pulsci, Beatriz Díaz, Marcos González

ADMINISTRACIÓN / Isela Vidalón, Peggy Yamashita, Victoria Albán

DISEÑO / Circle (Londres)

FOTOS INTERIORES / Getty Images, iStock, Andina, Presidencia



OFICINA DE REDACCIÓN / Av. Canaval y Moreyra 340 Piso 13, Lima 27, Perú

TELÉFONO / 213-0600

FAX / 444-5240

IMPRESIÓN / Editorial Supergráfica EIRL

Av. Manuel Tellería Viciuña 1650 Urb. Chacra Ríos Norte, Lima

DEPÓSITO LEGAL / 150105-95-0204

RUC / 2026050887

©Perú Económico S.A. Derechos reservados

SE SEMANA
económica

El texto del Código de Ética de esta casa editora está disponible en:
<https://semanaeconomica.com/etica>

Síguenos en:

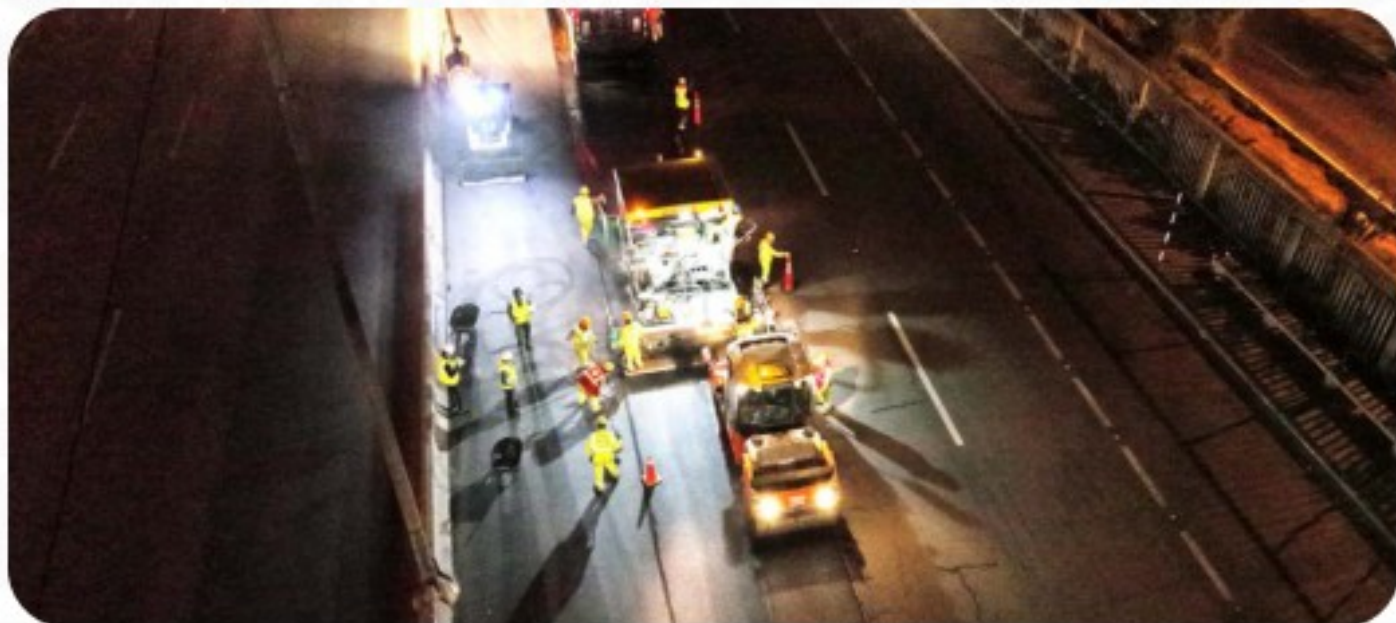


SEMANAeconómica, el mejor análisis económico y de negocios para los líderes de las empresas en el Perú

¡Repavimentación de la Panamericana Sur en marcha!



Estos trabajos se financian con la recaudación del peaje.



Tramo concesionado: 54.1 km de la Panamericana Sur, desde el Trébol de Javier Prado hasta el Puente Pucusana.

- ✓ **1.3 millones** de metros cuadrados a asfaltar en total en la Panamericana Sur.
- ✓ A la fecha, **25% de avance de lo proyectado.**
- ✓ Capa asfáltica diseñada bajo **estándares internacionales.**
- ✓ Los trabajos se realizan en **horario nocturno** para no afectar la transitabilidad.
- ✓ Las mejores condiciones de **seguridad** para todos los usuarios.
- ✓ En la Panamericana Norte **iniciaremos una vez culminado el periodo de lluvias.**



Rutas de **LIMA**

¡Más de 11 años acompañándote en la ruta!

RUTAS DE LIMA S.A.C., RUC: 20550372640

CONSENSO PARA EL BLINDAJE

Los partidos políticos se han otorgado un estatus que ni las empresas, ni las asociaciones civiles y ni siquiera las iglesias tienen: ya no serán pasibles de responsabilidades penales. El efecto sobre el sistema político podría ser nefasto.

El Congreso de la República nos dio hace poco una nueva prueba de que llegar a consensos políticos amplios es posible, siempre y cuando lo que esté en juego sea la conveniencia de quienes están ahora mismo en el poder. El pasado 10 de mayo se aprobó en el Pleno del Parlamento, con una mayoría abrumadora (89 votos a favor, sólo 15 en contra), el proyecto de ley que excluye a los partidos políticos de las normas que alcanzan al resto de personas jurídicas en relación a la responsabilidad penal. Y hace unos días, el 10 de junio, el Ejecutivo promulgó la norma, sin observarla, como viene haciendo con prácticamente todo lo que le llega de un Legislativo que claramente lo tiene avasallado.

La ley, ahora vigente, le debe sentar de maravillas a quienes ahora mismo nos gobiernan, pero sus consecuencias serán nefastas para el sistema político que supuestamente se busca fortalecer. En la práctica, los partidos no podrán en adelante ser procesados, mucho menos disueltos o suspendidos. Se convierten, así, en organizaciones privilegiadas, que gozan de un estatus muy parecido a la inmunidad y, sobre todo, a la impunidad.

**Nuestra
democracia
requiere
partidos
políticos
fuertes, pero
blindarlos
legalmente no
es el camino**

Nadie más — ni las empresas, ni las asociaciones civiles, ni siquiera las iglesias — goza en el Perú de un estatus tan privilegiado. No es exagerado afirmar que, con el marco legal actual, un partido político es la mejor tapadera posible para lavar dinero o realizar cualquier tipo de actividad ilegal. Porque, incluso si esta es descubierta, la justicia sólo podrá establecer responsabilidades individuales y no actuar contra la organización en la que estas se desarrollan. Qué duda cabe de que los congresistas que han aprobado la ley lo saben, pero igual de claro está que no les importa.

El 'blindaje legal' que acaban de lograr los partidos políticos no sólo es discriminatorio. También es inconveniente para el sistema po-



lítico, porque incrementa los incentivos — que ya son varios — para que el crimen organizado se infiltre en las organizaciones políticas. Resulta llamativo, además, que luego de lograr este blindaje, las fuerzas del Congreso hayan ahora decidido iniciar una ofensiva contra las organizaciones no gubernamentales (ONG) que reciben financiamiento del exterior. A ellas se les quiere imponer el criterio inverso: un nivel de supervisión y fiscalización inusitado, acompañado de sanciones extremas, como la disolución. Aquí, el doble rasero es tan evidente como la intención del Congreso de silenciar las voces críticas que puedan surgir desde distintas instancias de la sociedad civil.

Nuestra democracia, en efecto, requiere partidos políticos fuertes, pero blindarlos legalmente no es el camino. Lo que se requiere es justamente lo contrario: incrementar el nivel de vigilancia ciudadana, fomentar la transparencia, promover la democracia interna e incentivar el desarrollo de mecanismos de *compliance*. Sólo así las organizaciones políticas podrán protegerse y deslindar de cualquier acto delictivo que puedan cometer sus militantes.

Eso es lo que se le exige a las empresas para justamente evitar la responsabilidad penal. Pero los partidos han elegido el camino fácil de la impunidad. Veremos cómo les resulta, cuando tengan que pasar la prueba de fuego de las urnas.

ADMISIÓN _____ 2025



UNIVERSIDAD
DEL PACÍFICO

EL PODER PARA *Crear* TU CARRERA

En un mundo en constante cambio, no te limites a caminos predefinidos. Tienes la visión, la pasión y las herramientas. Sumérgete en el poder de crear tu carrera y construye tu futuro.

HASTA

30%

de la malla curricular
puede ser personalizada

+40

Concentraciones

+200

Cursos electivos

Administración

Contabilidad

Derecho

Economía

Finanzas

Humanidades Digitales

Ingeniería Empresarial

Ingeniería de la Información

Ingeniería en Innovación y Diseño

Marketing

Negocios Internacionales

Política, Filosofía y Economía

DESCUBRE MÁS AQUÍ



admision.up.edu.pe

LÍDERES CON PROPÓSITO
PARA EL MUNDO

Universidad del Pacífico - RUC N° 20109705129

Qué Pasó



1 FINANZAS PÚBLICAS. El déficit fiscal acumulado en los últimos 12 meses hasta mayo ascendió a 3,9% del PBI, casi duplicando la meta fijada de 2% para este año, de acuerdo con datos del BCR. El resultado fue producto del aumento del gasto público y la caída de los ingresos no tributarios. De mantenerse esta tendencia, podría incumplirse la regla fiscal por segundo año consecutivo. En paralelo, el Congreso rechazó la propuesta para modificar la trayectoria del déficit fiscal en el pedido de delegación de facultades, por lo que el Ejecutivo deberá presentar un nuevo proyecto de ley si desea insistir con la medida.

2 DETERIORO. En mayo, las expectativas empresariales sobre la economía a 3 y 12 meses retrocedieron de 50 a 48 y de 60 a 55 puntos, respectivamente, de acuerdo con la última Encuesta Mensual de Expectativas Macroeconómicas del BCR. De los 18 indicadores del mes, 12 permanecieron en el tramo optimista. Destacaron aquellos vinculados a la situación actual, pues mostraron una recuperación frente a abril. Además, el sondeo mostró que las expectativas de inflación a 12 meses disminuyeron a 2,96% en mayo, permaneciendo en el rango meta del BCR.

3 ESTABILIDAD. El BCR decidió mantener la tasa de interés de referencia en 5,75% en junio, en contraste con las expectativas del mercado, que preveía una reducción de 25 puntos básicos. Esta es la segunda pausa monetaria que realiza el BCR desde que inició un ciclo de

recortes de tasas en septiembre del 2023. Entre otros factores, la autoridad monetaria dejó su tasa estable porque la inflación subyacente se mantuvo fuera de la meta en mayo (3,1%).

4 DEAL. China Southern Power Grid International (CSGI) completó la adquisición de los activos de distribución de la italiana Enel en el Perú. Tras 14 meses del anuncio inicial, Enel Perú vendió el 83,15% de sus acciones a North Lima Power Grid Holding S.A.C., subsidiaria de CSGI, en una transacción valorizada en aproximadamente US\$2,900 millones, que incluye también el 100% de las acciones de Enel X Perú. Al asumir el control, CSGI reestructuró el directorio y nombró a Carlos Solís Pino como nuevo CEO de Enel Distribución Perú. Por otra parte, el Grupo Enel informó que la venta les permitirá reducir sus deudas en US\$3,130 millones.

5 CAMBIO. La Junta General de Accionistas de Petroperú designó a Oliver Stark Preuss como nuevo presidente del directorio, tras la renuncia de Carlos Linares Peñaloza. Stark Preuss, incorporado al directorio en febrero, asume el cargo en un momento crítico para la empresa, que enfrenta desafíos financieros y operativos. Justamente, el ministro de Economía, José Arista, informó en el Congreso que el Estado no planea aportar capital a Petroperú y que el actual directorio elabora un informe con medidas para superar la crisis. El documento será presentado al Consejo de Ministros en las próximas semanas para su aprobación. ■



**Mejorar la calidad de vida de
las familias es nuestra meta.**

**Lo volvimos a demostrar con nuestros
programas en el 2023.**

1 **Hambre CERO**

¿Por qué lo hacemos?

El Perú es el país con mayor inseguridad alimentaria de Latinoamérica. **Afecta al 50% de los peruanos.**

¿Qué logramos?



+17M
(millones) **rationes
de alimentos
donadas**

+90,000

**beneficiarios (50% menores de edad)
a través de nuestro programa
"Bueno por Dentro"**

2 **Gestión AMBIENTAL**

¿Por qué lo hacemos?

En Perú se generan 21,000 toneladas de residuos al día, el equivalente a 3 estadios nacionales.

Pero solo se recicla el 1%.

¿Qué logramos?



**RECICLAMOS
74%** **de los residuos
de nuestras
operaciones**

A L C A N Z A M O S

+10M **de usuarios en redes
a través de nuestro
movimiento
"Recicla Consciente"**
(millones)



**#1 en Merco
Responsabilidad
ESG – Categoría
Autoservicios**



**Premio
"Liderazgo
Inclusivo"
de GPTW, con
"Bueno por
Dentro"**

Voces y Opiniones

COLUMNISTA INVITADO

Tres verdades sobre la educación en el Perú

Que la educación del país ha mejorado es tan cierto como que esta aún necesita mejoras significativas para salir de la situación inaceptable en la que se mantiene.

Jaime Saavedra

Director de Desarrollo Humano para América Latina del Banco Mundial



Los estudiantes del quintil más rico del Perú están al nivel del quintil más pobre de Vietnam

SOBRE EL AUTOR

Es economista de la Pontificia Universidad Católica del Perú, con un PhD en Economía por Columbia University (EE.UU.) y un Doctorado honoris causa de la Universidad Cayetano Heredia. Ejerce como Director de Desarrollo Humano para América Latina del Banco Mundial, donde ocupó los cargos de Director Global de Educación y Director de Reducción de Pobreza. También fue Ministro de Educación del Perú y autor de 'Estamos Tarde' (Debate), entre otras publicaciones. Hoy, pertenece a los directorios de Teach for All y del International Institute for Educational Planning de la UNESCO.

Recientemente, participé en un Encuentro organizado por Empresarios por la Educación, donde resalté que tres afirmaciones, juntas, describen la situación actual de la educación peruana. La primera es que la educación en el Perú ha mejorado; la segunda, que esta está muy mal; y la tercera, que puede seguir mejorando significativamente.

Aunque pueda parecer contradictorio, estas tres afirmaciones son igual de válidas. Perú, junto con Colombia, fue de los pocos países de América Latina que mejoró consistentemente en la prueba PISA durante los últimos 15 años. Si en el 2012 figuraba como último de la lista, hoy supera a países como Argentina, Filipinas, Indonesia o Panamá, y está a la par de Colombia y Brasil. Además, la brecha entre el rendimiento promedio de nuestros estudiantes de secundaria y el promedio de la OECD se ha reducido de 5.5 a 4 años.

El Perú ha mejorado. Pero aun con esa mejora, 66% de los jóvenes de 15 años están por debajo del nivel mínimo aceptable en matemáticas. Y 50% no alcanza

el nivel mínimo de aprendizaje en lectura. Los estudiantes del quintil más rico del Perú están al nivel del quintil más pobre de Vietnam; algo preocupante e inaceptable.

Pese a ello, todavía es posible mejorar. A diferencia de otros retos de desarrollo, hay una idea clara de qué hacer para mejorar la educación en el Perú; particularmente, la primaria. Y es falso, como a veces se afirma, que los cambios en educación demoran mucho y son de largo plazo. Si se emprenden mejoras de las políticas educativas, se pueden ver mejoras sustanciales en pocos años.

Así lo demuestran muchos sistemas educativos exitosos, como los del estado de Ceará (Brasil), la provincia de Mendoza (Argentina), la ciudad de Manizales (Colombia) y el mismo Perú, que, como vimos, logró tener de los mayores crecimientos en la prueba PISA.

Las medidas clave, en todos los casos,

incluyen la mejora de mecanismos de selección de maestros, la medición constante de aprendizajes en cada escuela, las mejoras en la distribución de materiales a cada estudiante, una formación en servicio más intensa o de mejor calidad y el apoyo al trabajo docente en el aula. Retroceder en cualquiera de esas áreas implicará perder terreno en la lucha por mejorar los aprendizajes.

Una de las preguntas que recibí en el evento es qué puede hacer el empresariado para mejorar la educación. Lo primero es entender la ambición que debemos tener como país. Las intervenciones en proyectos piloto son interesantes, pero insuficientes. Si queremos mover la aguja de los aprendizajes, las mejoras tienen que darse a gran escala, a nivel de todo el sistema.

Lo segundo es que el empresariado debe poner a la educación como una urgencia nacional, porque define el stock de capital humano con el que este podría innovar, aumentar la productividad, expandir mercados y mejorar el bienestar sostenidamente. La alternativa a ello es conformarse con una calidad de vida y una economía mediocres.

El empresariado, además, debe visibilizar la necesidad de una mayor inversión, no sólo en recursos financieros —para aumentar la oferta de secundaria a tiempo completo, incorporar agresivamente la tecnología y mejorar la calidad en educación inicial e infraestructura, por ejemplo—, sino también en una gestión eficiente de estos para alcanzar mejores resultados de aprendizaje.

El empresariado puede apalancar la inversión pública para lograr esas mejoras. Intervenciones como las de Antamina y Angloamerican, que permiten una mejora de la oferta pública y privada en su conjunto y mejoran los aprendizajes a escala, en regiones como Ancash y Moquegua, son excelentes ejemplos. Este apalancamiento de inversiones y el compromiso privado directo puede involucrarse con el sector público a nivel nacional, regional y local. El espacio de intervención es grande. Pero, para que esta sea efectiva, requiere la ambición de impactar en todo el sistema. Y, hoy, resulta urgente. ■

La Ruta Entel Empresas llegó al norte



Más de 500 empresarios capacitados en Trujillo, Chiclayo y Piura

El pasado 4, 5 y 6 de junio de 2024, estuvimos en el norte del país con una nueva edición de **La Ruta Entel Empresas**, evento gratuito dirigido a empresarios de diversas industrias, donde compartimos contenido de valor sobre las últimas tendencias laborales, oportunidades de crecimiento empresarial en la región y cómo la tecnología desafía a las empresas.

Desde España, nos acompañó **Borja Castelar**, autor del best seller "Potencia tu

Persuasión", experto en capacitación de ventas B2B y especialista en social selling y habilidades blandas. Y desde Perú, tuvimos a **Iván Portocarrero**, director de Análisis Sectorial del Servicio de Asesoría Empresarial (SAE) y economista de la Universidad del Pacífico.

Asimismo, comprometidos con la transformación digital de las empresas, **Federico Nager**, Director de Empresas de Entel Perú, nos habló del impacto y los

beneficios del portafolio integral de soluciones de Conectividad, Cloud, Ciberseguridad y Móviles, como herramientas innovadoras para agilizar los procesos y potenciar la competitividad empresarial.

¡Pronto llegaremos con La Ruta Entel Empresas a más ciudades del Perú!



Conoce nuestro portafolio de soluciones integrales:



Cloud



Conectividad



Ciberseguridad



Móviles

Contigo en todas

Más información en entel.pe/empresas o llámanos al **0800-09099**

COLUMNISTA INVITADO

Las telecomunicaciones están en riesgo

Los operadores de telecomunicaciones nos enfrentamos al desafío de reinventar nuestros modelos de negocio para recuperar rentabilidad.

Alfonso Gómez Palacio

CEO de Telefónica Hispanoamérica



SOBRE EL AUTOR

Es abogado de la Universidad Pontificia Javeriana (Colombia), con estudios de Ciencias Políticas en el *Lewis College* (EE.UU.) y de Impuestos en la Universidad del Rosario (Colombia), y un Programa de Alta Dirección del INALDE Business School (Colombia). Desde el 2019 lidera Telefónica Hispanoamérica, que es responsable de las operaciones del Grupo Telefónica en Perú, Chile, Argentina, Uruguay, Colombia, Ecuador, Venezuela y México. Antes, lideró la región Hispano Norte de Telefónica y ejerció como Presidente Ejecutivo de Telefónica en Colombia.

El sector de las telecomunicaciones atraviesa un momento complejo en Hispanoamérica. Los actores de la industria nos enfrentamos hoy a diversos retos para garantizar nuestra sostenibilidad financiera y seguir desplegando las redes de fibra óptica y 5G que la región requiere.

En Chile, quizás el mercado más avanzado, hay consenso sobre la situación del sector. No parece extraño, en este contexto, que haya sido el propio regulador (Subtel) quien haya reconocido la necesidad de revisar el marco regulatorio. Esta, sin embargo, no es una situación excepcional. En Colombia, en el 2023 las autoridades entendieron la necesidad de ajustar el precio del espectro para sostener la inversión y la competencia. Con el mismo propósito, Telefónica y Tigo acordamos en dicho país integrar nuestras redes móviles para incrementar nuestra eficiencia.

Si bien estas decisiones han mejorado el panorama en Colombia, los desafíos subsisten en toda Latinoamérica. Y ese no es un problema que deba preocupar sólo a los operadores o a sus accionistas. La pandemia del Covid-19 puso de manifiesto la importancia del acceso a Internet. Invertir en infraestructura de telecomunicaciones es probablemente la mejor estrategia para acelerar la reducción de desigualdades sociales e incrementar la productividad de nuestras economías.

Según datos del Informe sobre la Sociedad Digital en América Latina 2023, elaborado por Fundación Telefónica Movistar, un aumento del 1% en el índice de digitalización de un país se traduce en un crecimiento económico del 0.3% del PBI. Y el Sondeo de Adopción Digital de Movistar Empresas identifica que el 90% de las pymes en Hispanoamérica consideran relevante su digitalización. Pero, si los beneficios sociales y económicos de la conectividad son tan evidentes, ¿cómo hacer que las inversiones fluyan al sector?

Los operadores tenemos que reinven-

tar nuestros modelos de negocio para recuperar rentabilidad. Es un gran desafío si tenemos en cuenta que, como destaca la consultora internacional NERA, mientras el tráfico en nuestras redes aumenta a doble dígito anualmente, los ingresos de la industria descendieron 38% entre 2012 y 2022. Desde Telefónica, por ejemplo, comunicamos en el 2019 nuestra intención de revisar la forma en la que atendemos Hispanoamérica. Y hemos apostado por el desarrollo de alianzas, la compartición de las infraestructuras fijas y móviles, el uso más eficiente del espectro y la aceleración del despliegue de redes fijas y móviles de nueva generación.

La visión con la que los hacedores de políticas en Chile y Colombia han reconocido la necesidad de revisar sus marcos regulatorios debe venir acompañada de reformas que alineen las expectativas recaudatorias de los estados con la capacidad contributiva de los operadores. Que se racionalicen las exigencias regulatorias, transformen las normas de portabilidad, faciliten la compartición de infraestructuras y habiliten medidas para generar operadores más fuertes.

Estoy convencido de que el camino que han decidido acometer Chile y Colombia inspirará movimientos semejantes en la región y en países como Perú. En Argentina, por ejemplo, el gobierno derogó el Decreto de Necesidad y Urgencia 690, que habilitaba la regulación de precios en el mercado móvil. Y ha anunciado su intención de llevar adelante un amplio programa de desregulación. El cambio regulatorio es no sólo imprescindible, sino inevitable. Hispanoamérica merece estar mejor conectada. Requiere mercados saludables y operadores capaces de invertir, comprometidos a largo plazo con la inclusión digital. ■

Este no es un problema que deba preocupar sólo a los operadores o a sus accionistas

PROTAGONISTAS DEL CAMBIO UPC

Por los  ODS

30 AÑOS
UPC

Impulsamos iniciativas que aporten a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

"El programa nos permite establecer alianzas estratégicas con grandes empresas para seguir innovando y transformar la educación del país a través de la robótica y la IA".

PERCY RODRIGUEZ

GANADOR DE PROTAGONISTAS DEL CAMBIO UPC
POR LOS ODS 2022 Y CEO DE FARADAY PERÚ



Postulaciones hasta el 30 de junio

UPC
exígete, innova



MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA

DECISIÓN RIESGOSA

La gestión del alcalde López Aliaga decidió cambiar súbitamente el modelo de limpieza y recojo de basura del Cercado de Lima. Una medida que genera más dudas que certezas en torno a su viabilidad y que no está exenta de contingencias laborales y financieras.



POR KAREN ROJAS ANDIA

A fines de mayo, las calles del Centro de Lima amanecieron bajo una situación crítica. El servicio de recojo de basura fue suspendido y la acumulación de desperdicios se convirtió en cerros de desechos diseminados por decenas de puntos de la zona. El origen fue la culminación del contrato que existía entre la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) e Innova Ambiental, cuyo término se decretó el 30 de mayo. Tras ello, alrededor de 800 trabajadores de limpieza fueron cesados por la compañía y el Cercado de Lima se quedó sin servicio. En apenas cuatro días, casi 28 toneladas de basura se acumularon en las calles.

Luego de varios días sin respuesta clara, el servicio de recojo de basura empezó a restablecerse de manera paulatina, durante las últimas semanas. Para ello, la gestión del alcalde Rafael López Aliaga recurrió a un nuevo mecanismo que supone la participación de tres actores. Por decisión de la MML, la gestión de los residuos sólidos del Cercado de Lima ha dejado de ser integral. La comuna se ocupa del diseño de ejecución, el barrido de calles y el recojo de los residuos, Innova Ambiental se ha hecho cargo del servicio de traslado y alquiler de vehículos y otra empresa (Petramás) tiene a cargo la disposición final de la basura, en su relleno sanitario de Huaycoloro (Huarochiri).

¿Quién responde?

Si bien todavía queda por ver si este sistema tripartito resulta óptimo en términos de calidad de servicio y de eficiencias para la MML, por lo pronto la división del proceso genera dudas respecto a la trazabilidad y la posibilidad de que surjan nuevos cuellos de botella en la gestión de residuos. "Al tener dividido un sólo servicio en tres, se hará más difícil controlar la calidad. [Ante un problema] siempre habrá la posibilidad de decir que fue culpa del otro", advierte Juan José Cárdenas, socio de Damma Legal. Y que no haya un sólo responsable de prestar todo el servicio puede dar pie a descoordinaciones entre los actores ahora involucrados. "[Uno de ellos] podría decir que el punto 'A' no es su lugar de recojo. Ahí, ¿quién es responsable? ¿El vehículo? ¿O el que barre? No tiene sentido", cuestiona Camilo Carrillo, *associate partner* en EY.

Fuentes con conocimiento directo del proceso de contratación señalaron a SEMANA económica que, antes de firmar con las empresas, la MML no verificó que el nuevo esquema de recojo y gestión de los residuos funcione al 100%. Según el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA), al 12 de junio aún quedaban 3.7 toneladas de residuos acumulados en el Cercado de Lima. Aunque la cifra es bastante menor de la que se llegó a acumular, representa 1.5 toneladas más de lo registrado dos días antes.

El nuevo esquema dispuesto por la MML conllevaría, además, riesgos de corte laboral. Para ocuparse del barrido de las calles, el Concejo ha

contratado personal mediante la figura de Contrato Administrativo de Servicios (CAS). Pero el Sindicato de Obreros Municipales ha expresado su malestar, porque no todos los extrabajadores de Innova Ambiental serían absorbidos, considerando que desde 2021 rige una ley que prohíbe su tercerización y ordena su incorporación al régimen laboral del Decreto Legislativo 728. "El alcalde originará cientos de demandas laborales contra la Municipalidad", advirtió una fuente del sindicato a SEMANAeconómica.

Ahorro en entredicho

En defensa de su nuevo modelo de recojo de basura, la MML sostiene que la terminación del anterior contrato con Innova Ambiental generará un ahorro anual de S/20 millones. "La MML pagaba S/64 por tonelada de residuos; ahora, eso se reduciría a S/16", señaló a esta revista el gerente municipal de la actual gestión, Oscar Lozán. Este cálculo, sin embargo, es desconocido por fuentes involucradas en los procesos de contratación a las que accedió esta revista.

En febrero del 2024, la MML contrató directamente con Petramás para usar el relleno privado de Huaycoloro por 1,095 días, a un costo de S/10 millones. En los términos de referencia de dicha contratación, el municipio estableció una ubicación requerida para el relleno sanitario que convertía a Petramás en el único postor viable.

Hasta mayo del 2024, los dos rellenos municipales (El Zapallal y Portillo Grande) eran administrados por Innova Ambiental. En marzo del 2023, a raíz de un cambio de zonificación, la MML canceló la licencia de funcionamiento de El Zapallal y la concesionaria sólo quedó a cargo del mantenimiento.

Las fuentes consultadas por esta revista afirman que ese cambio de zonificación previo sería un "mecanismo legal" para cerrar El Zapallal (Innova Ambiental) y dejar a Huaycoloro (Petramás) como única opción. Con esto, el costo de disposición final se habría incrementado de S/8.5 a S/16 por tonelada.

Otra contingencia financiera que deberá afrontar el municipio está vinculada al arbitraje que perdió en

Según fuentes con conocimiento del proceso de contratación, la MML no verificó que el nuevo esquema funcione al 100%

diciembre pasado frente a Innova Ambiental, justamente debido al cierre de El Zapallal. El laudo establece que la MML deberá pagar cerca de S/20 millones. "La indemnización incluye lucro cesante y daño emergente, más los gastos de seguridad y mantenimiento del relleno. En adición, tiene que asumir el 90% de los gastos en los que incurrió la concesionaria por el arbitraje", detalla el socio de Dentons, Claudio Cajina. Según Lozán, la MML llevará este caso al Poder Judicial.

El contrato de la MML con Innova Ambiental debió concluir en el 2018. Desde entonces, fue prorrogado más de una vez por diversas razones (ver cronología), a pesar de estar fuera del plazo y de pasar a ser inconveniente, como advirtió la Contraloría General de la República.

Para los especialistas consultados, la salida más adecuada habría sido que la MML convoque un nuevo concurso y que un solo concesionario maneje todo el sistema. Según Lozán, esa también es la expectativa de la MML. Pero, dado que el contrato firmado con Petramás es de tres años, ya le corresponderá a la siguiente administración hacerlo.

Por ahora, el relleno de Huaycoloro recibe toda la basura generada en los distritos que tienen contratos con Innova Ambiental. "Ahora, Petramás tendrá el control de toda la basura de Lima y habría que ver si en un momento podría elevar sus tarifas", advierte un exfuncionario de la MML, que trabajó directamente en la limpieza pública.

SEMANAeconómica solicitó comentarios a Innova Ambiental y Petramás. Hasta el cierre de la edición, no hubo respuesta.

Evolución del contrato de concesión de los servicios de limpieza

- Oct 1995**
La Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) suscribe el Contrato de Concesión del Servicio de Limpieza Pública por 10 años con el Consorcio Vega Upaca (luego Relima, ahora Innova Ambiental).
- Ago 2005**
Las partes suscriben una adenda para prorrogar la vigencia del contrato por 10 años más. Cumplido el plazo, vuelve a extenderse hasta febrero de 2016.
- Feb 2016**
Se suscribe una nueva adenda para renovar el plazo de concesión por 120 días calendario o hasta que un nuevo concesionario inicie la prestación del servicio.
- Nov 2018**
La MML cancela el concurso para el servicio de limpieza pública anunciado un año antes. La razón es que, por resolución judicial, debía incorporar a 709 trabajadores del concesionario a su planilla.
- Dic 2018**
La MML anuncia el término del contrato por la imposibilidad de cumplir la cláusula que contemplaba su vigencia hasta que se adjudique el servicio a un nuevo concesionario.
- Ene 2019**
La MML deja sin efecto lo señalado el mes anterior.
- Sep 2020**
La comuna cancela el proceso de selección del concurso público convocado a inicios de ese año, debido a la pandemia del Covid-19.
- Oct 2022**
La Contraloría General de la República señala en un informe que no hay certeza de que la continuidad de Innova Ambiental sea la salida óptima en términos de costo y calidad del servicio prestado.
- Mar 2023**
La MML cierra de manera definitiva el relleno sanitario El Zapallal por razones ambientales.
- Dic 2023**
Innova Ambiental gana un arbitraje por la suspensión parcial del contrato de concesión.
- Feb 2024**
La MML suscribe un contrato con Petramás para el uso del relleno sanitario Huaycoloro.

Fuente: SEACE, Contraloría, adendas suscritas.

"UNO DEBE IR APRENDIENDO DE SUS NO TAN BUENAS DECISIONES"

En su primera entrevista como *country manager* de Falabella Perú, Alex Zimmermann habla en exclusiva con SEMANAeconómica sobre la reestructuración que atravesó la compañía y, en particular, su *marketplace* Falabella.com. También detalla los factores que estarían detrás de los resultados "sustancialmente mejores" del 1T24 y comenta los siguientes hitos clave para el negocio, como la OPA con la cual se sellará el traspaso de Open Plaza a Mallplaza.



POR ALBA ÑAUPAS O.



Hasta el 4T23, Grupo Falabella registró cinco trimestres consecutivos en rojo. ¿A qué respondió dicha situación?

El 2023 fue un año que ya todos vimos. No estuvimos a la altura de lo que hubiésemos esperado. Tuvimos varios vientos en contra, desde temas económicos en los diferentes países en los que tenemos presencia hasta un Fenómeno El Niño muy potente en el Perú. Me gusta más dar una visión hacia adelante que una queja del pasado. Los resultados del 1T24 son sustancialmente mejores. En el 2023 perdimos US\$55 millones y, este año, ganamos US\$60 millones. Tuvimos un incremento de 134% y, a pesar de que aún tenemos estos vientos no muy favorables, estamos tratando de seguir en este camino. A mayo, incluso estamos por encima de las expectativas.

¿Que los resultados estén alineados con sus expectativas se debe a un tema de generación de eficiencias o pasa más por una mejora de los factores exógenos?

En el *retail* nunca hay una sola razón. Creemos que la economía está ayudando un poquito y también las decisiones que tomamos en cada uno de los países. Y las eficiencias ayudan. Entonces, lo que nos hace generar una utilidad y un *ebitda* más alto es la suma de varias variables: el clima, la productividad, la fusión de compañías, ajustar el *capex*.

¿Qué eficiencias aplicó Falabella en el Perú?

Lo que hicimos aquí fue la fusión de los equipos de Falabella.com y de Falabella Retail. También hicimos eficiencias en áreas corporativas locales, que se han fusionado con áreas regionales, como las áreas de Cuentas por pagar, Cuentas por cobrar y Tesorería.

¿Considera que la decisión de unificar todas las web de las empresas del grupo en una sola plataforma, como sucedió con Falabella.com, fue una estrategia desacertada?

En su momento, se tomó la decisión de unificar las webs en Falabella.com, de color naranja. Hoy, tomamos la decisión de dar un paso hacia atrás, pero manteniendo muchas de las eficiencias y los aprendizajes de habernos juntado. De áreas que trabajan en conjunto, un sólo equipo, hubs de servicios de última milla, de desarrollo de software, de servicio al cliente. Uno debe ir aprendiendo de sus no tan buenas decisiones.

Tal como adelantó SEMANAeconómica, en febrero se acordó el traspaso de los centros comerciales de Open Plaza a Mall Plaza. ¿Cuándo se lanzará la OPA?

La OPA tiene una fecha específica. No estoy autorizado a darla, pero va a ser en el último trimestre de este año.

¿Cuáles son las nuevas expectativas para su unidad de malls?

Se van a generar sinergias. No tenemos todavía expectativas de crecimiento, hasta tener concluida la fusión y ver qué es lo que vamos a hacer. Seguro habrá algunas remodelaciones o ampliaciones, pero eso todavía está en veremos. Hay que esperar a la OPA.

El año pasado, Grupo Falabella anunció un plan de venta de activos. ¿Planean vender algún local de Falabella Retail en el Perú?

Siempre hay oportunidades de vender o arrendar algunos terrenos que no vamos a utilizar en el momento. Pero estamos muy enfocados en generar un ebitda mayor, que la rentabilidad sea más alta, que salgamos de todos nuestros temas financieros.

¿Falabella abrirá nuevas tiendas departamentales?

Hay planes de apertura de nuevas tiendas. Ya tenemos el contrato firmado de una tienda de 2,500 m², en La Molina, en el mall de Parque Arauco. Debería ser para fines de este año. Hace dos meses inauguramos una tienda express en Ayacucho. Son formatos que estamos probando, de entre 1,200 m² y 2,000 m². También los tenemos en Tacna y Huaraz. Están siendo rentables, pero hay que seguir viendo oportunidades.

La Memoria Anual 2023 de Falabella anticipó que pondrán el foco en la reconversión de las tiendas de la marca Maestro en tiendas Sodimac dentro del país. ¿Por qué optan por esta estrategia y cuántas tiendas han reconvertido?

En los últimos seis meses, ya reconvertimos una tienda Maestro en Sodimac, ubicada en Arequipa. Es una tienda distinta, más moderna, con un surtido distinto. Los resultados son auspiciosos, en comparación con nuestras otras tiendas, que son más antiguas.

¿Esto implica la desaparición gradual de Maestro?

Maestro es una marca que forma parte del portafolio, seguirá existiendo. Conviviremos con ambas.

¿Cuántas tiendas más van a reconvertir en el año?

Estamos siendo súper cautos en el manejo del capex. Primero queremos ver cómo funcionan realmente, para ver cuánta plata les podemos asignar. Son pruebas que, felizmente en esta fase, están funcionando. Lo más probable es que haya dos o tres cambios más en los próximos 12 meses.

Desde hace unos años se habla de la llegada de Ikea al Perú, como parte de su alianza con Falabella. ¿Hay ya una fecha definida?

No tenemos. Hay un proyecto, pero fecha exacta no tenemos por el tema del capex y por ver cómo está funcionando [Ikea] en otros países de la región.

Tottus tuvo un cambio en la gerencia general a fines del 2023. ¿Cuáles son los planes para esta unidad?

Hoy, está con nosotros Renato Giarola, quien reemplazó a Johann Ramberg. Y está en proceso de análisis y diseño de varios temas, que están pasando por aprobación del directorio. Probablemente tengamos noticias en los próximos semestres. Se está poniendo el foco en la rentabilidad por m², el surtido de productos, el desarrollo y el mejoramiento de marcas propias.

¿Falabella espera recuperar su grado de inversión en el corto plazo?

Venimos encaminados. El ebitda viene por encima de los US\$300 millones.

El grado de inversión no se recupera tan fácilmente como en un año. Tenemos que lograr que estos resultados sean consistentes en el tiempo, por lo menos dos o tres años, para poder volver a acceder al grado de inversión que teníamos. [El CEO de Grupo Falabella] Alejandro González es súper consciente de eso. Es una de las metas. [El presidente del directorio] Enrique Ostalé también tiene el foco en ese tema.

¿Cuántas personas dejaron Falabella Perú con la última reestructuración de la compañía, que incluyó el fin de la estructura independiente de Falabella.com?

Sin duda hay algunas personas que ya no están trabajando con nosotros. Hemos tratado, en la medida de lo posible, de reubicarlas en el grupo. Gran parte de las personas o una parte de ellas han sido ubicadas en otras empresas o en roles corporativos, porque había necesidades en otros lados. ■

“La OPA [de Mallplaza y Open Plaza] tiene una fecha específica [...] va a ser en el último trimestre del año”

ESPECIAL

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT



- Los movimientos que se aceleran en el Callao y Chancay, a meses de la inauguración del megapuerto
- La apuesta de los grandes jugadores por la integración de distintas fases de la cadena
- Los procesos logísticos que empieza a transformar la inteligencia artificial
- Las oportunidades que apunta a abrir la recientemente aprobada ley de cabotaje

Fecha de publicación:
7 de julio

Cierre de publicidad:
3 de julio

Contacto comercial:
publicidad@se.pe



TOP 25

LOS CEO MÁS
RENTABLES
DEL PERÚ

34

**JUAN LUIS KRUGER,
CEO DE MINSUR**

"Tenemos claro que no controlamos los precios. Entonces, nos enfocamos en controlar los costos"

38

**JUAN CARLOS VALLEJO,
CEO DE INRETAIL**

"Nuestros planes de inversión van más allá de los vaivenes políticos del momento"

40

**FERNANDO EGUILUZ,
CEO DE BBVA PERÚ**

"No vamos a parar nuestro apetito de riesgo"

42

**FERNANDO RÍOS,
CEO DE RIMAC SEGUROS**

"La inversión que pusimos en salud, en los años anteriores, se materializó financieramente"

46

**HUMBERTO NADAL,
CEO DE CEMENTOS
PACASMAYO**

"No hay empresas viables en un país que no lo sea"

En esta nueva edición del *ranking* de los CEO Más Rentables de SEMANAeconómica, Juan Luis Kruger (Minsur) consolida su liderazgo por tercer año consecutivo. Juan Carlos Vallejo (InRetail) también ratifica su destacado segundo lugar y, por primera vez desde que asumió el cargo, Fernando Eguiluz (BBVA Perú) se sube al podio.

TOP 25 CEO

01

**JUAN LUIS
KRUGER**
Minsur

Pendiente ventas

+27.2%

Pendiente ebitda

+33.2%

Margen ebitda prom.

+49.2%

PUNTAJE

39.7

02

**JUAN CARLOS
VALLEJO**
InRetail

Pendiente ventas

+13.9%

Pendiente ebitda

+17.8%

Margen ebitda prom.

+11.7%**36.5**

Nuevo

03

**FERNANDO
EGUILUZ**
BBVA Perú

Pendiente ventas

+8.1%

Pendiente ebitda

+5.0%

Margen ebitda prom.

+47.5%**33.9**

04 FERNANDO
RÍOS
Rimac

Pendiente ventas

+8.8%

Pendiente ebitda

+7.4%

Margen ebitda prom.

+29.1%



05 HUMBERTO
NADAL
Cementos
Pacasmayo

Pendiente ventas

+9.9%

Pendiente ebitda

+5.5%

Margen ebitda prom.

+26.3%



06 MARIELA
GARCÍA DE F.
Ferreycorp

Pendiente ventas

+6.5%

Pendiente ebitda

+11.8%

Margen ebitda prom.

+12.6%



07 RUSSEL
SANTILLANA
Minera Poderosa

Pendiente ventas

+11.6%

Pendiente ebitda

+9.5%

Margen ebitda prom.

+45.3%



08 DEREK
COOKE
Cerro Verde

Pendiente ventas

+9.6%

Pendiente ebitda

+10.5%

Margen ebitda prom.

+47.4%



09 TULIO
SILGADO
Aceros Arequipa

Pendiente ventas

+13.4%

Pendiente ebitda

+12.8%

Margen ebitda prom.

+13.7%



10 JOHN
CARTY
Casa Grande

Pendiente ventas

+13.7%

Pendiente ebitda

+25.6%

Margen ebitda prom.

+26.1%



Nuevo

11 MARCO
FRAGALE
Enel Generación

Pendiente ventas

+8.1%

Pendiente ebitda

+4.0%

Margen ebitda prom.

+56.3%



12 JUAN CARLOS GARCÍA
BanBif



Pendiente ventas
+8.6%
Pendiente ebitda
+5.1%
Margen ebitda prom.
+48.0%

13 GUILLERMO VELAOCHAGA
Los Portales



Pendiente ventas
+7.5%
Pendiente ebitda
+12.3%
Margen ebitda prom.
+24.0%

14 JOHN CARTY
Cartavio



Pendiente ventas
+11.5%
Pendiente ebitda
+22.0%
Margen ebitda prom.
+28.4%

15 RALPH GUERRA
Financiera Compartamos



Pendiente ventas
+13.2%
Pendiente ebitda
+11.1%
Margen ebitda prom.
+12.8%

16 GONZALO BASADRE
Interseguro



Pendiente ventas
+9.4%
Pendiente ebitda
+2.3%
Margen ebitda prom.
+30.6%

17 JAVIER ICHAZO
Mibanco



Pendiente ventas
+3.7%
Pendiente ebitda
+0.4%
Margen ebitda prom.
+62.5%

Nuevo

18 WALTER SCIUTTO
ElectroDunas



Pendiente ventas
+7.4%
Pendiente ebitda
+13.3%
Margen ebitda prom.
+26.9%

19 LUIS FERNANDO PIZA
Agroindustrial Laredo



Pendiente ventas
+8.9%
Pendiente ebitda
+14.9%
Margen ebitda prom.
+19.2%

win  EMPRESAS



ALIADOS EN TU EVOLUCIÓN DIGITAL

Conectividad • Cloud • Ciberseguridad • Servicios de Data Center • Telefonía Corporativa

Contacta a nuestros **WIN EXPERTOS** en

winempresas.pe

01-500-3400

20 JUAN CARLOS
PUYÓ
Chubb Perú

Pendiente ventas

+4.6%

Pendiente ebitda

+33.2%

Margen ebitda prom.

+6.8%



21 MIRELLA
VELÁSQUEZ
Hermes

Pendiente ventas

+4.5%

Pendiente ebitda

+4.9%

Margen ebitda prom.

+42.8%



22 MARIANO
ÁLVAREZ
AFP Hábitat

Pendiente ventas

+7.7%

Pendiente ebitda

+13.3%

Margen ebitda prom.

+42.2%



23 JOSÉ IGNACIO
LLOSA
Creditex

Pendiente ventas

+5.6%

Pendiente ebitda

+11.5%

Margen ebitda prom.

+9.1%



Nuevo

24 IGNACIO
ARAMBURÚ
ProFuturo AFP

Pendiente ventas

-1.3%

Pendiente ebitda

+0.8%

Margen ebitda prom.

+61.5%



25 ROSSANA
ORTIZ
Exalmar

Pendiente ventas

+9.4%

Pendiente ebitda

+9.1%

Margen ebitda prom.

+7.2%





Con Buk centraliza todas las tareas de RR.HH. en una sola plataforma.

**Ahorra hasta un 50%
en costos y tiempo en:**

✓ Capacitaciones

✓ Cálculo de planilla

✓ Evaluación de
desempeño

✓ y mucho más...

✓ Firma electrónica



Una resiliencia diversificada

La nueva edición del *Top 25* de CEO Más Rentables de SEMANA económica revela que la resiliencia frente a escenarios tan adversos como el que planteó el 2023 dejó de ser propiedad exclusiva de uno o dos sectores económicos. En un año marcado por la recesión, las emergencias climáticas y la inestabilidad política, empresas y líderes de cinco sectores diferentes de la economía lograron destacar en la vanguardia del *ranking*. Lo hicieron, principalmente, de la mano de la generación de eficiencias, de un minucioso control de costos y de una constante búsqueda por generar valor.

S

i en algo coinciden los principales CEO del país es en que el 2023 fue uno de los años más retadores del último lustro. La inestabilidad, la incertidumbre política, las emergencias climáticas y las débiles cifras de crecimiento económico marcaron el año que pasó. Pero, a la vez, un entorno tan adverso como ese sirvió para corroborar que, en el Perú, la capacidad de resiliencia dejó de ser un atributo sólo imputable a uno, dos o tres sectores económicos.

A diferencia de otras tantas ediciones, el nuevo Top 25 de CEO Más Rentables de SEMANAeconómica destaca entre sus cinco primeros lugares a líderes de cinco sectores diferentes: minería, retail, banca, seguros e industria. Ejecutivos que, desde cada una de sus trincheras, encontraron la fórmula para generar eficiencias, rentabilidad y valor para sus organizaciones, incluso bajo el escenario tan hostil que se configuró en el 2023.

Esta diversificación de la resiliencia es, sin duda, una noticia positiva para el Perú. Y es que, a su vez, puede tener un efecto multiplicador sobre las variables macro; sobre todo, si se tienen en cuenta las mejores perspectivas que se abrirían hacia el segundo semestre de este 2024.

Peso minero

Tal como en las dos últimas ediciones de este tradicional *ranking*, Juan Luis Kruger, el CEO de Minsur, logró mantenerse en el primer lugar del listado. La presencia de un líder minero nuevamente en lo más alto del podio es una ratificación de la relevancia fundamental que dicho sector tiene para el futuro del Perú, pero también del disciplinado trabajo de control de costos y generación de eficiencias que viene desplegando Minsur, bajo el liderazgo de Kruger (Ver *"Tenemos claro que no controlamos los precios..."*, en la p. 34).

Si bien la minería es el principal contribuyente y motor de crecimiento de la economía nacional, durante los últimos años el sector se enfrentó a cada vez más vientos en contra, que empezaron con la abierta hostilidad mostrada por el gobierno del expresidente Pedro Castillo y continuaron con la hasta hace poca indiferencia mostrada por el gobierno de la actual presidenta, Dina Boluarte. Por ello, resulta esperanzador observar que tres CEO de empresas mineras (Kruger de Minsur, Russel Santillana de Minera Poderosa y Derek Cooke de Cerro Verde) ocupan lugares destacados en el Top 10 del listado.

Pese a los vientos cruzados que aquejaron al sector minero, este logró crecer 9.46% en el último año. Y las transferencias de recursos derivados de la actividad minera a las regiones ascendieron a más de S/7,665 millones. Una cifra que representa la segunda mayor transferencia anual de los últimos 10 años. Estos datos, sin embargo, no destierran la preocupación que aún existe por el subdesarrollo potencial del sector, que se evidencia en la brecha existente entre el actual desempe-

Pese a los vientos cruzados que el sector debió enfrentar en los últimos años, tres CEO de empresas mineras figuran entre los diez primeros puestos del *ranking*

Juan Carlos Vallejo, el CEO de InRetail, no sólo logró repetir el plato en un importante segundo lugar del *ranking*. También es el único CEO de su sector que se mantiene en el *Top 25*.

ño y el verdadero alcance de su contribución al país.

Gestionar las 'vacas flacas'

Si se excluyera el 2020 —año particularmente atípico, a causa de la pandemia del Covid-19—, el 2023 sería el año con la peor cifra de crecimiento de las últimas tres décadas. Algo que, como consecuencia natural, ralentizó al consumo y, con ello, impactó duramente en el sector *retail*.

El 2023 cerró con el dato de la demanda interna en terreno negativo: -1.7%, según el INEI. Y, a diferencia de la inversión privada fija (-7.2%), el consumo privado logró apenas no decrecer (0.1%). Todo este contexto le da aun más mérito a la gestión de Juan Carlos Vallejo, el CEO de InRetail, que no sólo ha logrado repetir el plato en un importante segundo lugar. También es el único CEO del sector que se mantiene dentro del *Top 25* de CEO Más Rentables de SEMANAeconómica.

En un sector de márgenes tan pequeños, el esfuerzo de InRetail y de Vallejo por generar eficiencias destacadas entre los comparables de su industria ha

dado excelentes frutos (Ver "Nuestros planes de inversión van más allá...", en la p. 38). Esto se refleja en la pendiente de ebitda de 17.8% alcanzada por la compañía, que resulta muy superior al promedio de 11.9% obtenido entre el resto de la muestra de empresas consideradas en la medición.

Otro sector relacionado con el consumo doméstico que ha demostrado resiliencia y capacidad de responder a los desafíos, generando eficiencias y adaptándose a las nuevas condiciones, es el de productos agrícolas. En el 2023, el sector agropecuario se contrajo 2.91%, principalmente debido a la caída de 4.08% en la producción agrícola y de 0.85% en la producción pecuaria. Pero, aun así, los CEO de las tres empresas azucareras que figuran en el *ranking* han trepado 24 posiciones en conjunto. Se trata de John Cartty —en representación de Casa Grande y Cartavio— y Luis Fernando Piza Bermúdez, CEO de Agroindustrial Laredo.

La banca de siempre

Los negocios relacionados al mundo financiero —siempre relevantes dentro del *ranking* de SEMANAeconómica— aportan esta vez seis CEO de bancos, tres de AFP y tres líderes de aseguradoras.

Entre ellos, la aparición más destacada resulta, sin duda, la del CEO de BBVA Perú, Fernando Eguiluz. Y es que, en su primera aparición dentro del tradicional *ranking*, el banquero mexicano logró completar el podio de vanguardia. Su ambiciosa estrategia de crecimiento (Ver "No vamos a parar nuestra...", en la p. 40) y una agresiva actividad comercial le han permitido a BBVA recuperar su sitio en la parte alta del *Top 25* de CEO Más Rentables

ÚNETE A LA RED DE EMPRESAS LÍDERES DEL PAÍS, SOLO FALTAS TÚ

+ de 10 mil
empresas
asociadas



Te brindamos oportunidades
de negocio para tu éxito empresarial

<< BENEFICIOS EXCLUSIVOS >>

Capacitación
Empresarial

Networking

Comercio
Exterior

Publicidad y
Promoción

Ambientes
Exclusivos

Asesorías
Especializadas

CONTÁCTANOS

(+51) 995 225 965 afiliaciones@camaralima.org.pe

Más
información
>>



de SEMANAeconómica, donde antes figuró su predecesor, Eduardo Torres-Llosa.

Respecto al desempeño sectorial cabe señalar que, si bien los créditos otorgados por la industria al sector privado —principal proxy del desempeño de los bancos— rindieron el año pasado en terreno positivo, lo hicieron con cifras discretas. Durante la primera mitad del 2023, la variación interanual de los créditos al sector privado cayó consistentemente, desde un 4.4% en enero a un mínimo de 0.1% en julio para, luego, cerrar el año con 1.3%, en diciembre.

Aun así, la fortaleza de este tipo de empresas se ha sustentado en su capacidad de generar márgenes muy robustos. Dentro del Top 25 destacan Juan Carlos García Vizcaino (BanBif) y Javier Ichazo Bardales (Mibanco), cuyos márgenes ebitda promedio alcanzan el 48% y el 62.5%, respectivamente. Cifras muy superiores al 31.5% promedio del Top 25.

La pesca y la brecha

En la presente edición del ranking, el contraste lo pone la industria pesquera, sumamente golpeada durante el 2023. Además del contexto macro descrito, los fenómenos climáticos y la suspensión de la primera temporada de pesca del año que pasó representaron contratiempos inusitados. La interrupción de las actividades no sólo afectó la economía de las comunidades pesqueras, sino que también planteó retos logísticos (reducción de costos) y financieros (refinanciamiento de obligaciones) para las compañías industriales.

Un dato concreto resume la dura caí-

da: el 2023 fue testigo de un descenso de 52% en el desembarque nacional (cantidad capturada por embarcaciones de bandera nacional) de anchoveta destinada al consumo humano indirecto. Este es el principal commodity entre las compañías del sector.

La depresión de la industria pesquera impactó, a su vez, en la presencia de mujeres CEO en el Top 25 de CEO Más Rentables de SEMANAeconómica. Mientras en el ranking del año pasado cuatro de los 25 CEO eran mujeres, la presente edición cuenta sólo con tres lideresas empresariales. Por primera vez desde que este listado es publicado, Adriana Giudice, la CEO de Austral Group, quedó fuera del Top 25. Y Rossana Ortiz, CEO de Exalmar, descendió del noveno puesto registrado en la edición anterior hasta el vigesimoquinto lugar en la edición de este año.

Parte de la poca presencia de mujeres en el Top 25 se debe a la escasez de ofertas públicas iniciales (IPO) que aqueja al país durante la última década. Debido a esto, la presencia de mujeres al frente de empresas que no cotizan en bolsa no se refleja de manera similar en este ranking, que sólo considera a empresas listadas.

Más allá de esta tarea pendiente, llama al optimismo constatar cómo en una vasta cantidad de sectores económicos hay empresas lideradas por ejecutivos que han sido capaces de sobreponerse al entorno poco favorable del último año y mantener los buenos resultados. Ese es el tipo de colaboración y esfuerzo conjunto que se necesita para contrarrestar los desafíos económicos y retomar, a futuro, una senda de crecimiento sostenido. ■

Los negocios
relacionados
al mundo
financiero
aportan esta vez
seis CEO de
bancos, tres de
AFP y tres de
aseguradoras.



Tu forma inteligente de ahorrar.



5.50%

TREA
SOLES

3.25%

TREA
DÓLARES

Cuenta de AHORROS PREFERENTE

- Sin monto mínimo de apertura.
- Mantenimiento **CERO** sin importar tu saldo.
- Usa tu dinero cuando lo necesites.

Hazlo 100% digital:

www.pichincha.pe

¡Traslada tus
ahorros **HOY!**



TREA:
5.50%

TEA es igual a TREA de 5.50% para una Cuenta de Ahorros Preferente Soles que sea abierta desde el 2 de mayo de 2024, por un monto de S/1,000.00 a 12 meses considerando que no se realiza ningún movimiento adicional a la apertura de la cuenta, el importe final del periodo será de S/ 1.055.00. Saldo mínimo de equilibrio para obtener rendimiento en soles S/1.00. No incluye ITP.

Sin cobro de comisión de mantenimiento. Cuenta de ahorro para personas naturales. Los límites aplicables para realizar operaciones (depósitos/retiros) en agentes correspondientes serán los que se indiquen en nuestro web www.pichincha.pe en la sección de Agentes correspondientes.

Depósito cubierto por el Fondo de Seguro Depósito. Puedes ingresar a www.fds.org.pe para mayor información sobre condiciones y monto máximo de cobertura, sujeto a variaciones trimestrales. Más información sobre los términos y condiciones de la cuenta, tasas, comisiones y gastos consulta en nuestro red de agencias, ingresa a www.pichincha.pe o comunícate con la Banca Telefónica al 812-2222 (Lima) o 0601-00222 (provincia). Esta información se proporciona de acuerdo con el Reglamento de Gestión de Conducta del Mercado del Sistema Financiero.

DENOMINACIÓN SOCIAL: BANCO PICHINCHA / RUC: 20100105862.



Así se construyó el *ranking*

Por undécimo año consecutivo, SEMANAeconómica elaboró un índice que, a través del análisis de diversos pilares clave de gestión, destaca a los CEO que generaron mayor valor para sus respectivas organizaciones. Este abarca tanto factores de rentabilidad como otros indicadores financieros, de sostenibilidad y de gestión, que se detallan a continuación.

Compañías evaluadas

Para lograr un análisis estándar entre las diversas empresas del país, SEMANAeconómica aplicó distintos filtros que derivan en una reducción del universo de compañías a evaluar. El primero de estos fue tomar únicamente empresas listadas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL), que publican sus estados financieros auditados todos los años. Dentro de este grupo, se seleccionaron a aquellas empresas que, entre el 2017 y el 2023 —años considerados en la medición—, hayan registrado una facturación anual promedio superior a S/100 millones. Luego, se excluyeron empresas estatales, holdings, índices bursátiles y aquellas organizaciones con interrupciones temporales en la información proporcionada.

Horizonte temporal

Este año, el listado abarca el periodo 2017-2023 como horizonte temporal de evaluación. Así, se mantiene el rango de siete años adoptado desde el 2023 para el análisis de la información y también el requisito mínimo de cinco años ininterrumpidos en el cargo para ingresar en la lista de los CEO evaluados. Esto busca mejorar la precisión del análisis, al considerar un periodo suficientemente amplio como para implementar estrategias y obtener resultados significativos, que reflejen el aporte del CEO a su organización.

En total, se evaluaron 34 casos de diversos sectores económicos, que cumplieron con los criterios de selección previamente mencionados.

Variables financieras

La metodología contempla el análisis de las tendencias de largo plazo de las ventas y del ebitda de las compañías. Y le asigna a cada una de estas variables un peso de 30% y 35% en el cálculo del índice total, respectivamente. Asimismo, con un peso del 10% sobre el total, se considera el margen ebitda promedio; un indicador que refleja el esfuerzo de los CEO por priorizar la eficiencia operativa en el largo plazo.

Para empresas financieras, aseguradoras y AFP, se utilizó el ebitda (utilidad antes de impuestos, depreciación y amortización) como criterio de comparación, aunque este no sea común en los análisis financieros. Ello a fin de mantener la consistencia en la comparación y reflejar el rendimiento operativo de estas empresas.

Variables de gestión

La nueva edición del ranking también considera aspectos de buen gobierno corporativo (10%), prácticas ambientales (5%) y gestión de personal (5%) reconocidas por la BVL. Y a las empresas que no han presentado informes de sostenibilidad se les asigna un valor predeterminado de 0.5.

Finalmente, las organizaciones con ventas superiores a S/1,000 millones reciben un reconocimiento adicional del 5% por los desafíos asociados al crecimiento en empresas de gran tamaño.

FRACTAL: "NUESTRO VALOR ESTÁ EN LA ENTREGA RÁPIDA DE SOFTWARE"

Raúl Sulca, CEO de Fractal, detalla cómo han logrado automatizar los procesos de las áreas de recursos humanos, generando eficiencias para las empresas y desarrollando nuevas tecnologías desde sus mesas de innovación.

¿Qué soluciones ofrece Fractal?

Nuestra plataforma Fractal Gestión de Personas permite a las empresas automatizar sus procesos de recursos humanos. Este producto se ha implementado con éxito en Perú, Honduras, Guatemala, Costa Rica y Ecuador.

Además, ayudamos a las empresas a agilizar y automatizar sus procesos a través de nuestra Fábrica de software. También facilitamos la cocreación de ideas mediante nuestro laboratorio y nuestras mesas de innovación.

¿Cuál es la propuesta de valor de Fractal en el mercado?

Nuestro valor diferencial es la entrega rápida de software funcional. Lo más importante que podemos ofrecer a las empresas es hacer tangibles sus ideas. Nuestro objetivo es que en un plazo de tres o cuatro semanas puedan tener el software en funcionamiento. Esto les permite evaluar el alcance del proyecto, confirmar si estamos en el camino correcto y, en consecuencia, comenzar a generar valor de inmediato.

¿En qué consiste Fractal Gestión de Personas?

Fractal Gestión de Personas permite automatizar todos los procesos de recursos humanos, abarcando todo el ciclo de vida del colaborador desde su ingreso hasta su desvinculación. La idea es descentralizar las tareas y optimizar los procesos clave.

Estos procesos incluyen la gestión de vacaciones, el pago de nóminas, la renovación de contratos, la evaluación del desempeño, el

bienestar del empleado, el clima laboral y la retroalimentación, entre otros.

¿Cómo automatizan estos procesos claves?

Por ejemplo, en cuanto a la firma de contratos, se ha simplificado notablemente. Se envía un enlace al trabajador; quien puede revisar y firmar el contrato utilizando una videofirma y autenticación biométrica facial. Esto elimina la necesidad de trámites físicos, agilizándolo de manera significativa.

En el caso de las vacaciones, el colaborador puede solicitar sus vacaciones a través de su aplicación, y la solicitud llega directamente al jefe correspondiente para su aprobación o rechazo.

¿Cómo funciona su Fábrica de software?

Hemos acumulado una amplia experiencia en nuestra Fábrica de software en los últimos ocho a nueve años. Tenemos un proceso definido para el ciclo de vida del desarrollo de software y nos apoyamos en herramientas especializadas.

Por ejemplo, para la gestión de proyectos y el soporte, utilizamos Jira, y aplicamos metodologías ágiles como Scrum y Kanban para asegurar que los desarrollos sean ágiles y eficientes. Esta combina-

ción es clave para nuestro éxito.

¿Qué soluciones trabajan desde sus mesas de innovación?

Estamos siempre al tanto de las nuevas tecnologías que emergen constantemente. Exploramos temas innovadores y realizamos pruebas piloto para investigar su potencial. Recientemente, hemos estado enfocados en el desarrollo de tecnología OCR (Optical Character Recognition), que permite la digitalización automática de formularios escritos a mano. Esto tiene el potencial de simplificar y agilizar procesos para empresas que aún requieren que sus usuarios llenen formularios físicos.

¿Cuáles son sus objetivos a largo plazo?

En Fractal valoramos profundamente a las personas y por ello tenemos un compromiso con la sociedad. Consideramos que nuestra responsabilidad no se limita a colaborar con las empresas, sino que también implica contribuir al bienestar de la comunidad en general.

Nuestra visión es ser líderes en la implementación de Fractal Gestión de Personas, el cual ya ha sido adoptado tanto en el Perú como en Centroamérica. ■



Raúl Sulca, CEO de Fractal.

“
La firma de contratos se ha simplificado notablemente
”

JUAN LUIS KRUGER

CEO DE MINSUR

“Tenemos claro que no controlamos los precios. Entonces, nos enfocamos en controlar los costos”



El CEO de la minera de Breca y líder del *Top* 25 de CEO Más Rentables de SEMANAeconómica detalla la estrategia con la cual la empresa logró sortear un 2023 “difícil”. Hoy, ve un 2024 “más estable y predecible”, aunque con algunos riesgos externos latentes. Y remarca la necesidad de recuperar las inversiones en exploración minera para evitar poner el futuro de la industria “en juego”.

Por Alessandra
Saavedra y Diego
Chirinos

TOP 01

C I F R A S

2017 - 2023

Pendiente ventas

+27.2%

Pendiente ebitda

+33.2%

Margen ebitda promedio

+49.2%

Por tercer año consecutivo, lidera el tradicional ranking de SEMANAeconómica.

¿A qué atribuye ese logro?

A tener un gran equipo, una estrategia clara y mantener el foco, aun en momentos difíciles. También a trabajar siempre en función de un propósito, que es mejorar la vida transformando minerales. Pero no de cualquier manera, sino de forma sostenible para llevar bienestar a todos nuestros grupos de interés, como las comunidades de las áreas donde trabajamos.

¿Qué evaluación hizo del 2023 de Minsur?

Fue difícil. Tuvimos que parar la operación de San Rafael [Puno] por 60 días, a raíz de las protestas. Fue sumamente duro, pero también una gran oportunidad para unir más al equipo. Desde abril [del 2023], el desempeño de San Rafael fue mejor del esperado, con una dedicación tremenda del equipo. Eso llevó a recuperar gran parte de lo que dejamos de producir. Mina Justa [Ica] batió el récord de producción de cobre de la unidad y el desempeño de Pucamarca (Tacna) también fue mejor del esperado.

¿Qué influencia tuvo el factor de precios de los metales?

El 2023 no fue un año con precios superiores a los del 2022. Si bien no fueron precios malos, no fueron tan buenos como el año previo.

Hoy, las perspectivas de precios del cobre y del estaño son auspiciosas. ¿Cree que se mantendrán para el resto del año?

Hay fundamentos sólidos desde la oferta y la demanda de algunos metales; en particu-

lar, los asociados a la transición energética. Pero a corto plazo hay muchas variables que no controlamos y que hacen que estemos en un contexto volátil. Nosotros tenemos claro que no controlamos los precios. Somos tomadores de precios. Entonces, nos enfocamos en controlar los costos, reducir la intensidad de capital para sostener la operación y en ser cada día más productivos.

¿Qué diferencias ve hoy respecto al 2023?

El 2024 es un año en el que vamos a producir durante 12 meses ininterrumpidos en San Rafael. Eso incrementa la producción. Las otras operaciones se han consolidado y caminan en línea con los planes de minado. Vemos un año más estable y predecible, en el que estamos, nuevamente, mirando hacia adelante. A nivel internacional, sin embargo, hay incertidumbre. Hay elecciones en países que representan el 40% del PBI, siendo la más importante EE.UU.. Y vemos a China buscando mecanismos para sostener el crecimiento, pero la demanda interna aún no se recupera.

En los últimos años, el sector minero estuvo lejos de explotar todo su potencial.

¿Están dadas las condiciones para ello?

La condición principal para que la minería despegue está dada y es la geología. Tenemos proyectos identificados, en distintas etapas de desarrollo, que podrían convertir al Perú en el primer productor de cobre del mundo. Y, hoy, este es el metal más demandado, con una perspectiva interesante para los próximos 10 años. No podemos perder esta oportunidad como país. Necesitamos generar condiciones de competitividad, estabilidad

“

Vemos un 2024 más estable y predecible, en el que estamos, nuevamente, mirando hacia adelante. A nivel internacional, sin embargo, hay incertidumbre”



“

Hoy, el cobre es el metal más demandado, con una perspectiva interesante para los próximos 10 años. No podemos perder esta oportunidad como país”

en las reglas de juego, reducir la burocracia y el tiempo que demoran los permisos para atraer capitales. No se trata de reducir estándares, sino de tener procesos más eficientes, predecibles y que se cumplan los plazos.

¿Este gobierno ha logrado reducir la burocracia en el sector minero?

Trata de cumplir los plazos, pero no vemos que los proyectos en cartera se estén destrabando. Tenemos que unir esfuerzos. La minería es una gran oportunidad para que el país salga adelante. Es el motor principal para reducir la pobreza, para generar crecimiento en zonas apartadas del país.

Sin embargo, las inversiones en exploración siguen cayendo. ¿Cómo recuperarlas?

El capital que busca invertir en nuevos proyectos mineros hoy no sólo mira la geología. Mira si están dadas las condiciones sociales, regulatorias y legales. Países de África están atrayendo capitales para exploración. En Argentina también comienzan a darse condiciones para atraerlos y las grandes mineras lo ven con interés. En el mundo, el capital se mueve libremente hacia donde sea más atractivo invertir. El Perú debe recuperar su competitividad. Si no hay exploración minera, el futuro de la industria está en juego.

¿A Minsur le interesa entrar a Argentina?
Podemos evaluar oportunidades en otros

países —no necesariamente Argentina— que cumplan con nuestra tesis de inversión. Pero el foco principal sigue siendo reinvertir en nuestro país.

En marzo, Minsur envió al Senace un proyecto por US\$412 millones para expandir la operación en San Rafael. ¿Hay avances?
Los permisos avanzan dentro de los plazos. Siempre sería bueno acortarlos para acelerar los programas de inversión. Necesitamos los permisos para explorar nuevas zonas que nos permitan extender la vida de la mina.

Dijo que Mina Justa Subterránea iniciaría producción en el 2027 o el 2028. ¿Será así?
La estrategia de permisos se revisó en función de los tiempos que estos toman. El inicio sería a fines del 2028 o en el 1S29.

¿A qué se destinará el reciente aporte de capital de US\$53 millones realizado para la unidad minera de Brasil?

Tenemos una mina polimetálica que produce estaño, niobio y tantalito. Es un yacimiento rico en tierras raras pesadas, fundamentales para la transición a motores eléctricos. Para llevar las operaciones a la siguiente fase, que nos permita aumentar la producción de niobio, tantalito y recuperar tierras raras, necesitamos desarrollar un nuevo proceso hidrometalúrgico. Esto requiere inversiones importantes. ■

"SOMOS LA INSTITUCIÓN TÉCNICA MÁS FLEXIBLE DEL PAÍS"

Cetemin atiende uno de los principales desafíos de la industria minera: la capacitación de talento local. Tiene más de 20 años formando técnicos altamente especializados. Raúl Benavides Ganoza, presidente de su Consejo Directivo, detalla las ventajas que brinda para empresas y contratistas.

¿En qué consiste la oferta de Cetemin?

Cetemin es una institución creada hace 21 años que se dedica a la educación por competencias. Ofrecemos formación local, capacitación y certificación. Nuestra oferta educativa incluye más de 50 cursos especializados y diversos programas además de carreras técnicas de menos de 11 meses de duración. Nos adaptamos mucho a las competencias que requieren las empresas para poder contratar talento local.

¿Cuáles son las áreas de especialización?

Somos especialistas capacitando al personal de empresas mineras y contratistas en mantenimiento de equipos, operación de maquinaria, seguridad, exploración y explotación, todo esto bajo el requerimiento de competencias que tiene la industria. Tenemos también carreras técnicas en mantenimiento de equipo pesado; mantenimiento eléctrico e instrumentación; procesos metalúrgicos y químicos; explotación de minas, prevención de riesgos y geología y exploración.

La formación consiste en una alta especialización teórica y práctica de las materias, pero también en el desarrollo de habilidades blandas por parte de nuestros alumnos. Los egresados de Cetemin tienen habilidades blandas mucho más desarrolladas que cualquier otro técnico o profesional.

¿Cuál es una de las principales ventajas de Cetemin en el mercado peruano?

Somos, probablemente, la institución técnica más flexible del país, lo cual nos permite dar educación in situ. Eso a la industria minera le conviene



Raúl Benavides Ganoza, presidente del Consejo Directivo

mucho, porque podemos trasladar la escuela técnica de capacitación a la comunidad cercana a la mina.

Otra ventaja es que contamos con una mina simulada, donde los alumnos pueden aplicar todo lo aprendido. Así, reciben una formación práctica además de la formación teórica. Se trata de nuestra sede en Cajamarca, que es adicional a nuestros campus en Lima y Arequipa.

¿Es un internado?

Sí, tenemos la opción también de brindar la educación a través de un internado, que permite que los alumnos aprovechen al máximo la experiencia de lunes a viernes. Los alumnos tienen la

posibilidad de aplicar todo lo aprendido en clase ya en el campo de trabajo correspondiente.

¿Se especializan en la formación de talento local?

Sí. Uno de los principales desafíos en el sector minero es que las comunidades no pueden acceder a los trabajos que ofrece la empresa minera en la localidad, por no estar calificados. Es así como atendemos esa demanda.

Tenemos casos en los que una comunidad, que está interesada en que los chicos jóvenes sean técnicos y puedan trabajar en la mina, hace convenios con la empresa minera y le pide becas para que, en lugar de mandarlos a una universidad, puedan formarse en una escuela técnica como Cetemin, pues llegamos a esa localidad.

¿Cuántas promociones ya tiene Cetemin?

A la fecha son 30,000 operadores y trabajadores que han sido capacitados y 8,500 personas que han llevado las carreras técnicas. En total, son 45 promociones.

No sólo nos enfocamos en brindarles una formación de muy alta calidad, sino que también los preparamos para ser altamente empleables. Tenemos una meta muy alta: busca-

mos que, entre los seis primeros meses de egresado y titulado, el 75% de nuestros alumnos esté empleado; y a los 12 meses, lo esté el 90% de nuestros alumnos.

¿Cuál es el principal beneficio de invertir en capacitación y certificación con Cetemin?

La mejor inversión social para conseguir viabilidad

de proyectos mineros es la capacitación y formación educativa, por ello los programas que impartimos, tienen como objetivo fortalecer las relaciones entre las empresas y sus comunidades, trabajar talleres de empleabilidad para su autonomía laboral y promover el bienestar social a través del diálogo. ■

“
Podemos trasladar la escuela técnica de capacitación a la comunidad cercana a la mina
”

JUAN CARLOS VALLEJO

CEO DE INRETAIL

“Nuestros planes de inversión van más allá de los vaivenes políticos del momento”

La cabeza del *holding* de Intercorp y —por tercer año consecutivo— segundo CEO más destacado del *ranking* resalta las apuestas que le permiten a la compañía seguir creciendo “en un mercado que no necesariamente crece”. Bajo un entorno aún incierto, de alta morosidad y poca toma de crédito, Mass seguirá siendo la punta de lanza. InRetail mantendrá su plan de inversiones —que incluye aperturas en todas sus unidades de negocio— y, sobre todo, su riguroso control de costos.

Por Alba Ñaupas O. y Juan Rosales A.



¿Qué pilares impulsaron los resultados de InRetail en el último año, para permitirle mantenerse como el segundo mejor ubicado del Top 25 de CEO Más Rentables de SEMANAeconómica?

Tenemos el mejor equipo, una muy buena estrategia y una excelente ejecución. Esa combinación nos ha dado resultados muy positivos en los últimos años.

¿En qué consiste su estrategia?

Adoptamos una estrategia multiformato desde hace varios años, con distintas marcas que buscan capturar a los consumidores en distintas misiones de compra y formatos de cercanía. También tenemos distintas estrategias de posicionamiento de precios y de niveles de servicios. Esto nos ha permitido continuar creciendo en un mercado que no necesariamente crece, tanto en ventas como en generación de caja y ebitda.

El año pasado anticipó que el 2024 sería un año complejo. ¿Cómo lo ve hoy?

Efectivamente, el panorama del 2024 está siendo desafiante. La economía no ha cambiado. Estamos en un contexto de incertidumbre, de poco crecimiento, donde

CIFRAS

2017 - 2023

Pendiente ventas

+13.9%

Pendiente ebitda

+17.8%

Margen ebitda promedio

+11.7%

las familias están expectantes, no toman mucho crédito y la morosidad ha aumentado. Hemos tenido un 1T24 complejo. [Pero] tener formatos como los nuestros ayuda a pasar por estos momentos, que son difíciles.

Uno de los formatos que crece a ritmo acelerado es Mass. ¿Hacia dónde apuntarán los siguientes pasos?

El formato combina dos grandes virtudes: la proximidad y una oferta de precios muy conveniente. Estamos creciendo y pronosticamos abrir 300 locales este año, concentrados en ciudades de provincias. Estamos completando la oferta con la llegada del formato a todo el norte del país, incluyendo Chiclayo y las ciudades que están entre Chimbote y Piura. Y también Huancaayo.

¿Cuál es la fórmula para poder alcanzar precios tan competitivos con Mass?

No hay forma de tener precios bajos, si los costos no son bajos. Hay que tener costos de operación bajos. Y, claramente, la escala es muy importante. De ahí viene toda la eficiencia logística. Por último, el mix de los productos y la negociación y costo del producto también son muy relevantes.

Mientras los demás formatos de food retail aún crecen, Vivanda se hace cada vez más pequeña dentro de la torta total de InRetail. ¿Cuál es su futuro?

Vivanda tiene un espacio en el mercado. No es un formato masivo. Se concentra en Lima Moderna, donde hay consumidores a los que les gusta un formato con más servicios, más productos frescos, un componente y una experiencia diferente.

¿Abrirán nuevas tiendas de Vivanda?

Tenemos un proyecto para hacer una nueva tienda en la Avenida Pardo (Mira-

flores). Demolimos la tienda anterior y tenemos un proyecto, que es una tienda de dos pisos con un edificio de vivienda en los aires.

Las tradicionales tiendas ancla dejaron de ser las principales generadoras de ingresos para muchos malls del país, como informó SEMANAeconómica (SE 1902). ¿Cuáles son las nuevas anclas del retail?

El retail va evolucionando y aparecen los denominados *category killers*. Son las nuevas anclas que hoy están llegando a los centros comerciales. Tiendas especializadas en una categoría particular, de menor metraje que una típica departamental.

¿Cuál considera que es el futuro de las tiendas departamentales?

Estos *category killers*, de alguna manera, le van sacando parte de la oferta o le van compitiendo en algunas categorías. Pero las departamentales tienen una experiencia distinta. De pronto, no vamos a ver tiendas [departamentales] tan grandes como las que se hicieron en el pasado, pero siguen teniendo un espacio dentro de la propuesta comercial para el consumidor típico del Perú.

¿Por qué abrir nuevos Plaza Center, en lugar de más Real Plaza?

Plaza Center es un concepto comercial más pequeño y más funcional. Hoy, creemos que no están las condiciones para hacer un gran centro comercial. Básicamente, hay que esperar a que las tiendas menores estén en una fase más expansiva, de abrir locales.

La inestabilidad política se ha agudizado este año, en gran medida por los escándalos generados en torno a la figura de la presidenta Dina Boluarte.

“

Pronosticamos abrir 300 locales de Mass este año, concentrados en ciudades de provincias. Estamos completando la oferta con la llegada del formato a todo el norte del país”

¿Cómo impacta esto en la inversión privada?

Estamos concentrados en cómo continuar haciendo realidad nuestra visión. Ojalá tuviéramos un contexto mucho más favorable, pero por ahora no lo hay. Tenemos un plan de inversión que está alineado con el que ejecutamos el año pasado [entre S/800 y S/900 millones]. Estamos abriendo tiendas a toda máquina, haciendo un centro de distribución nuevo para nuestra unidad de *pharma*. Tenemos un compromiso de largo plazo con el Perú y nuestros planes de inversión van más allá de los vaivenes políticos del momento. ■

FERNANDO EGUILUZ

CEO DE BBVA PERÚ

“No vamos a parar nuestro apetito de riesgo”

El banquero mexicano irrumpe por primera vez en el podio del *Top 25* de CEO Más Rentables de SEMANAeconómica para ratificar su agresiva apuesta por el segmento *retail*, como el principal motor de crecimiento del negocio. Remarca la necesidad de que el Estado garantice la confianza, la seguridad y las reglas claras ante inversionistas que “deberían estar haciendo cola” para ingresar al país. Y desliza su interés por competir en la gestión de fondos previsionales.

Por Marco Alva P. y Diego Chirinos



Su irrupción en el podio de este tradicional ranking coincide con el cierre de sus cinco primeros años como CEO de BBVA Perú. ¿Qué factores han impulsado el crecimiento de la compañía bajo su gestión?

Son cinco años interesantes, con una pandemia y temas políticos, económicos y meteorológicos impensados cuando llegué a Perú. Pero el balance es muy positivo. Una de mis primeras declaraciones fue que mi intención era convertirnos en el banco número uno del país. Una declaración fuerte, de la cual sigo convencido. Hoy, ya somos el número uno en muchas cosas. Lo segundo fue tomar medidas para gestionar el negocio de corto plazo y, luego, emprender una transformación cultural profunda del banco.

¿Qué resultados destaca de este quinquenio?

Del 2019 al 2023, el margen financiero creció 57%, hasta S/5,200 millones. El margen bruto creció 46% y alcanzó los S/7,000 millones. El margen neto creció 45%, hasta S/4,500 millones, y el beneficio después de impuestos creció 8% para llegar a S/1,800 millones. Este año tendremos un resultado similar al del 2023, considerando el incremento en provisiones. A nivel de ROE, hubo una disminución.

CIFRAS

2017 - 2023

Pendiente ventas

+8.1%

Pendiente ebitda

+5.0%

Margen ebitda promedio

+47.5%

Hoy, se ubica alrededor de 13%. También esperamos que se mantenga.

¿Cuáles son los principales motores que hoy impulsan el negocio de BBVA Perú?

Apostamos a tener un mix más potente en el mundo *retail*, que ahora representa el 52% del balance. Tenemos 26 meses liderando la emisión de tarjetas de crédito. En préstamos por convenio, pasamos de 2.5% a 11% de *market share*. Estamos muy fuertes en el negocio hipotecario, en el de autos e incrementando nuestra participación en pymes. Otro motor es la banca empresa, donde asesoramos en temas de sostenibilidad.

A fines del 2023, dijo que el país necesitaba un "shock de seguridad, de confianza y de infraestructura". ¿Vio ese shock?

Hace seis meses hablaba de esto y, prácticamente, estamos en la misma situación. La seguridad física, personal y para hacer negocios es un reclamo generalizado. Si se sale de las manos, luego es muy difícil regresar.

¿Ha mejorado la confianza en el país?

La confianza es fundamental para hacer negocios. Y, si bien el índice de confianza empresarial está mejorando, no está donde debería estar. Deberíamos estar atrayendo más inversionistas, tener filas de empresarios y de grandes empresas interesadas en venir a hacer negocios al Perú. Se necesitan reglas claras y que no se estén cambiando.

¿El Estado peruano, en general, está construyendo esa confianza?

A buen entendedor, pocas palabras: cinco presidentes en cinco años. Así de simple.

Sostuvo hace unos meses que lo que aqueja al Perú es una falta de crecimiento de grandes corporativos. ¿Eso se ha resuelto?

Los corporativos son los que emplean a las pymes para desarrollar sus negocios y no vemos mucha inversión en este rubro. Pero estamos viendo factores positivos, como el precio de los *commodities* y mejores perspectivas de crecimiento del PBI. [En BBVA] esperamos un 2.7% ó 3% de crecimiento del PBI al final del año y vemos la inflación controlada. Indicadores que nos dan esta luz al final del túnel para un mejor 2024.

¿Qué riesgos ve para la economía durante los próximos 12 meses?

Que estos temas positivos que menciono no continúen. Y necesitamos, como economía, una inyección de liquidez para que las personas naturales y las pymes se reactiven.

¿Cuáles son las expectativas de crecimiento para sus créditos este año?

En el 1T24, BBVA lidera las colocaciones de crédito, con un crecimiento de cuota de mercado de 79 puntos básicos, tanto en personas como en empresas. En hipotecas hay un crecimiento de cuota de 37 puntos básicos y, en convenios, un crecimiento de 95 puntos básicos. En pymes sí vemos una pequeña contracción. Este año seguiremos impulsando los negocios *retail* y de banca empresas. Y deberíamos tener un muy buen 2025.

La compleja situación vivida en el 2023 llevó a muchos bancos a controlar su apetito de riesgo. ¿BBVA es ahora cauto en sus colocaciones crediticias?

No frenamos la actividad comercial y hemos mantenido nuestro apetito de riesgo. Y no lo vamos a parar. Hay que apostar por el país.

La reforma previsional recientemente aprobada por el Congreso planteó que los bancos puedan competir en la gestión de fondos de pensiones. ¿A BBVA le interesa? Tenemos muy buenos programas de fondos

“

Estamos viendo factores positivos, como el precio de los *commodities* y mejores perspectivas de crecimiento del PBI. Indicadores que nos dan esta luz al final del túnel para un mejor 2024”

de inversión, que brindan la posibilidad de generar un patrimonio para la vejez. Ahí vamos a introducir algunos seguros con componente de inversión. Si se materializa [la reforma] y así lo ven las autoridades y los entes regulatorios, estaremos ahí para tener una oferta más para nuestros clientes.

Tras cinco años de gestión, ¿se ve quedándose otros cinco años más en el Perú?

Es una pregunta difícil. Aún hay un proyecto que consolidar aquí. Estoy enfocado en la planificación de los siguientes cinco años, junto al equipo. Si me preguntas a título personal, hay ciclos que cumplir por muchas razones. Normalmente, los CEO somos un tapón para que se mueva y se refresque un poquito la organización. No es que me esté despidiendo, pero veremos en los siguientes años qué decide el grupo [BBVA]. Las expatriaciones son muy duras para la familia. Sus beneficios tienen cierto tiempo y hay que regresar a tomar aire a casa. ■

FERNANDO RÍOS

CEO DE RIMAC SEGUROS

“La inversión que pusimos en salud, en los años anteriores, se materializó financieramente”

El líder de la aseguradora —que este año alcanza su mejor posición histórica en el *ranking*— afirma que los buenos resultados cosechados son fruto de una transformación iniciada hace un quinquenio. El negocio de salud, desplegado a través de Clínica Internacional, seguirá siendo la principal apuesta de futuro. Y, si bien advierte una demanda activa de seguros, reconoce que la industria aún debe trabajar en una mejora de la oferta.

Por Marco Alva P. y Diego Chirinos



Los resultados obtenidos por Rimac en el 2023 le han permitido alcanzar su posición histórica más alta dentro del Top 25 de CEO Más Rentables de SEMANAeconómica. ¿Cómo describiría el desempeño de la compañía en el último año?

Hace cinco años iniciamos un proceso de transformación, con la intención de ser más relevantes para los peruanos. Desde ese momento venimos trabajando en dos frentes principales y balanceados: lograr un mejor desempeño año a año y crear el futuro de Rimac. Esta estrategia y su ejecución han venido mejorando y han permitido lograr buenos resultados financieros en el 2023, a pesar de que fue un año complicado.

En términos de liderazgo, ¿cuáles han sido las principales claves de su gestión? Construir con propósito y contar con personas y líderes en la organización que son especiales en dos características: tener muchísima sensibilidad por las personas y estar dispuestos a reinventarse todos los días.

¿Qué resultados ha obtenido con ello la compañía?

La inversión y el foco que pusimos en salud durante los años anteriores se materializó financieramente y en varios espacios de gestión. Logramos crecer en número de

"LOS JÓVENES SON ACTORES PRINCIPALES EN LA CONFIGURACIÓN DE NUESTRO PAÍS"

Por segundo año consecutivo, Mibanco participa en el CADE Universitario, el encuentro de jóvenes líderes más importante del país. Javier Ichazo, gerente general de Mibanco y presidente de CADE Universitario 2024, nos brinda mayores detalles.

¿Cuál es la principal motivación para su participación en CADE Universitario 2024?

Cuando IPAE me invitó a presidir el comité organizador de CADE Universitario 2024, no dude en participar. Sentí una motivación especial por contribuir a generar un espacio de reflexión en aquellos que considero el presente de nuestro país, y que su participación es fundamental para construir un futuro sólido. El lema en esta 29ava edición es "Democracia somos todos"; Queremos que los jóvenes se sientan parte activa de un país lleno de posibilidades.

¿En qué consiste el Desafío CADE y cuáles son los objetivos que esperan alcanzar al promover iniciativas como esta?

Por segundo año consecutivo, Mibanco promueve la dinámica central del evento. Este año retaremos a los jóvenes a proponer una solución al Desafío CADE Universitario: ¿Cómo promovemos los valores democráticos en los jóvenes de la educación superior? Los objetivos son estimular la innovación proponiendo problemas reales que requieren soluciones novedosas; promover el trabajo en equipo (serán 23 grupos compuestos por estudiantes de diferentes universidades e institutos, de diversas áreas de conocimiento) y desarrollar líderes con visión integral.

¿Qué rol tienen los jóvenes estudiantes en la actualidad? ¿Cuáles son los principales obstáculos o barreras que enfrentarían?

Los jóvenes estudiantes no solo son el futuro, sino también el presente de nuestro país. Su energía, creatividad y pasión son esenciales para impulsar el cambio y la transformación. Sin em-

bargo, enfrentan obstáculos como la falta de acceso a una educación de calidad, la escasez de oportunidades laborales y la brecha digital. Superar estos desafíos requiere la colaboración de todos: sector público, privado y academia.

¿Qué factores contribuirían a la apatía política y la falta de confianza en las instituciones democráticas entre los jóvenes peruanos?

La corrupción y la percepción de que los partidos políticos no representan adecuadamente a la ciudadanía generan desconfianza. Los jóvenes ven a las instituciones alejadas de sus necesidades y preocupaciones. El contexto adverso también influye. Los jóvenes perciben un entorno marcado por la corrupción arraigada, la falta de respeto a las normas y la discriminación socioeconómica. Sin embargo, veo una esperanza: Buscan trabajar en empresas con un propósito genuino, preocupadas por la equidad y la responsabilidad social. El alineamiento entre su propósito personal y el empresarial es fundamental para ellos. Esta elección nos brinda la ilusión de tener jóvenes comprometidos, con sólidos valores y principios.

¿Qué otras iniciativas tienen pensado realizar para promover la formación de jóvenes líderes comprometidos con el país?

Nuestro programa Miconsultor es una de nuestras iniciativas clave. Con más de 12 años de existencia, este programa promueve el intercambio de conocimientos entre empresarios de la microempresa y estudiantes universitarios en sus últimos ciclos. Los estudiantes tienen la oportunidad de aplicar y poner en práctica los conocimientos adquiridos durante sus años de estudio en negocios reales, proporcionando una asesoría personalizada. A su vez, estos emprendedores comparten su valiosa experiencia



Javier Ichazo B., CEO de Mibanco y Líder de la Línea de Negocios de Microfinanzas de Credicorp

laboral y fortalecen sus negocios en este proceso. Es una interacción mutuamente beneficiosa en la que ambas partes se enriquecen. Los estudiantes son supervisados y guiados por la universidad y Mibanco para seguir la hoja de ruta del programa. Esta asesoría es personalizada y completamente gratuita, lo que refuerza nuestro compromiso con el crecimiento y desarrollo de las microempresas.

Actualmente, trabajamos con diversas universidades de Lima y otras regiones, proporcionando la oportunidad de aprender de la experiencia práctica de nuestros clientes y contribuir al crecimiento de las microempresas en Perú. Además, estamos trabajando en iniciativas para atraer talento joven a Mibanco y desarrollando programas de capacitación para estudiantes universitarios e instituciones. Todo esto se hace con el objetivo de ayudar a formar la próxima generación de líderes comprometidos con el desarrollo sostenible y la inclusión financiera en Perú.

¿Cómo, cuándo y dónde se realizará este encuentro de jóvenes líderes?

Para esta 29ava edición de CADE Universitario, son las universidades las que eligen a sus estudiantes líderes que las representarán en este encuentro que se realizará el 26, 27 y 28 de junio en la Escuela Naval de La Punta, Callao. Tenemos todas las expectativas puestas aquí y estamos seguros que será un éxito. ■

C I F R A S

2017 - 2023

Pendiente ventas

+8.8%

Pendiente ebitda

+7.4%

Margen ebitda promedio

+29.1%

“

Para generar la confianza de los peruanos [las aseguradoras] debemos cambiar el sistema operativo que usamos para comunicarnos, resolver siniestros de manera simple e inmediata y crear una máxima personalización de nuestra oferta”

clientes, en ingresos. Mejoramos la gestión técnica del negocio y eso nos permitió, durante el 2023, conseguir beneficios que no teníamos en años anteriores. También se activaron los seguros para personas, donde la inversión para mejorar el servicio y gestionar a los clientes empezó a dar frutos. Esos resultados acompañaron el buen desempeño histórico del negocio corporativo.

¿Cómo logró Rimac encender esos tres motores, bajo una coyuntura desafiante?

Enfocándonos en lo que está en nuestras manos: ser mejores. Lo que hicimos fue entender con profundidad cómo son nuestros consumidores: cuáles son sus hábitos, sus comportamientos, sus objetivos, sus motivaciones, sus aspiraciones. Y, en función de eso, rediseñamos nuestra oferta y mejoramos nuestros servicios. Decidimos acercarnos mucho más al consumidor. Los resultados llegaron ganando su preferencia.

Sin embargo, la penetración de los seguros en el país aún es baja. ¿Cómo profundizarla?

Para llegar a muchas más empresas, personas y tener un Estado más asegurado, la palabra clave es la colaboración. Colaboración entre aseguradoras, otras industrias como la banca, el Estado y la academia. La demanda de seguros está, pero tenemos que trabajar en una cultura financiera y en crear una mejor oferta para esa demanda.

¿Cree que hoy se está generando esa confianza necesaria para una real colaboración entre el sector público y el privado?

En términos de generación de confianza, no estamos en un contexto positivo, pero, aun así, podemos hacer muchas cosas. A nivel del gremio [Apeseg] estamos trabajando campañas en esa dirección. En Rimac, hemos logrado que nuestro indicador NPS [de satisfacción del cliente] pase de menos de 20 en el 2017 a más de 60, hoy. Pero debemos seguir poniéndonos metas sin ninguna zona gris. Por ejemplo, responder cualquier demanda del consumidor en un día o ser una organización con cero reclamos.

¿Cómo se podría mejorar la generación de confianza de cara a los peruanos?

La brecha entre oferta y demanda en el sector asegurador continúa siendo muy grande. Para generar la confianza de los peruanos debemos cambiar el sistema operativo que usamos para comunicarnos, resolver los siniestros de manera simple e inmediata y crear capacidades para una máxima personalización de nuestra oferta.

¿A Rimac le interesa ingresar a competir en la gestión de fondos previsionales, si se ratifica la reforma recientemente aprobada en el Congreso?

Lo vamos a evaluar. Rimac está preparada, porque manejamos desde hace muchos años un portafolio de inversiones grandes, relacionado al negocio de rentas vitalicias, rentas garantizadas y seguros de vida. Por lo tanto, tenemos la capacidad de manejar dinero previsional.

¿Dónde estarán puestas las prioridades de Rimac para el crecimiento del negocio durante los próximos 12 meses?

Salud seguirá siendo un espacio donde invertiremos. Hay una oportunidad importante ahí. Por ejemplo, ya está en plena ejecución el nuevo hospital [Clínica Internacional] de San Borja y esperamos ponerlo en operación en el 2026. También estamos desarrollando un modelo de servicio para nuestros pacientes que será una nueva experiencia en salud. Luego, seguiremos trabajando fuerte en la digitalización.

¿Evalúan la compra de alguna clínica?

Ahora no queremos distraernos, estamos súper enfocados en nuestros proyectos de salud, que son varios.

¿Qué resultados financieros esperan para este 2024?

Las primas del mercado de seguros tendrían un crecimiento similar al de los últimos cinco años. Esperamos mantener nuestro ritmo de crecimiento y sostener los niveles de utilidad y rentabilidad patrimonial que logramos en el 2023. ■

COMPARTAMOS FINANCIERA SUMARÍA A DOS MILLONES DE PERUANOS AL SISTEMA FINANCIERO FORMAL AL 2026

Tras llegar al millón de clientes en el 2023, la entidad financiera se ha puesto como meta duplicar la cifra hacia el 2026.

Compartamos Financiera seguirá contribuyendo con la inclusión financiera en el Perú. Hacia el 2026, la entidad proyecta llegar a los dos millones de clientes, es decir, el doble de la cifra con la que cerró el 2023. Para alcanzar este hito se están alistando una serie de acciones que buscan fortalecer sus productos y canales de atención.

"El 2023 fue un gran año porque nos permitió servir a más de un millón de personas. Estamos avanzando de manera sólida y seguiremos comprometidos con el apoyo a los emprendedores peruanos", comenta Ralph Guerra, gerente general de Compartamos Financiera.

Para lograr su objetivo, la empresa ha desarrollado un portafolio de productos a la medida de cada cliente. Por ejemplo: cuentas de ahorro, seguros, créditos personales y grupales, todos los cuales han sido claves para acercar los servicios financieros formales a más peruanos.

De los productos ya mencionados, el crédito grupal destaca como el más importante en términos de inclusión. "Los clientes del crédito grupal, en su mayoría, son emprendedores que no cuentan con experiencia crediticia. Nuestro trabajo está en asesorarlos para que puedan aprovechar los créditos de la mejor manera posible", explica Guerra. Este instrumento ha servido para que usuarios vuelvan al sistema financiero. "Del millón de clientes que añadimos en el 2023, 25% eran personas que se han reinsertado al sistema financiero", añade el ejecutivo.



Ralph Guerra,
gerente general
de Compartamos
Financiera

“
El 2023 fue un gran
año porque nos
permitió servir a
más de un millón
de personas.
”

El fortalecimiento de los canales de atención también será clave. "Casi el 80% de nuestros clientes operan y usan los canales digitales, por lo que ya no necesitan venir a la agencia para hacer sus transacciones. Queremos seguir desarrollando y ser más amplios con estos servicios para que nuestros clientes puedan agilizar sus procesos", afirma Guerra.

La digitalización no solo les permitirá

llegar a más clientes, sino que también será fundamental para mejorar los procesos. Según Guerra, el uso de soluciones basadas en Inteligencia Artificial (IA), permitirá al personal de Compartamos Financiera enfocarse más las tareas analíticas y menos en los procesos manuales, lo cual tendrá mejores resultados en términos de atención al cliente. "El sentido humano es fundamental. Queremos que el cliente sienta que estemos cerca para que nos puedan elegir como su entidad financiera favorita", añade.

Con las acciones realizadas, Compartamos Financiera espera cumplir sus objetivos de cara al 2026. Así, la empresa espera crecer de manera acelerada durante este año y el próximo para poder llegar a la cifra de los dos millones. "Estamos trabajando duro, todos los planes giran en torno a eso. Con el apoyo de nuestros colaboradores y la confianza de nuestros clientes, el 2024 y 2025 serán grandes años", concluye el gerente. ■

HUMBERTO NADAL

CEO DE CEMENTOS PACASMAYO

“No hay empresas viables en un país que no lo sea”

La cementera comandada por Nadal debió sortear un 2023 marcado no sólo por la recesión, sino también por meses particularmente adversos para la industria. En un año de menores volúmenes de venta, la compañía logró crecer 10% en ebitda y 15% en utilidad neta. Hoy, el ejecutivo resalta la urgente necesidad de desterrar la polarización del país para que este siga siendo “viable”.

Por Claudia Gutierrez C. y Jaime Cordero



¿Cuáles fueron los pilares del crecimiento de Cementos Pacasmayo durante los últimos años, considerados para la evaluación del Top 25 de CEO Más Rentables de SEMANAeconómica? Los resultados de hoy son fruto de las decisiones que se tomaron hace varios años. En el 2017 decidimos cambiar la visión de la compañía: pasamos de ser una empresa que vende cemento a una que brinda soluciones constructivas. Decidimos apostar por nuevos rumbos, muy apoyados en la innovación. Ese ha sido el eje que ha permitido que los resultados del año pasado sean tan buenos, en un escenario económico y político todavía muy complejo.

Un pilar relevante del sector que se ha debilitado en el último tiempo es la autoconstrucción. ¿Cómo respondió Cementos Pacasmayo a ello?

La visión de soluciones constructivas se basa en poner al cliente al centro. Tenemos múltiples clientes, siendo el más importante el autoconstructor. Nos hemos centrado en transformar la experiencia de autoconstrucción. El 85% de las ventas del negocio de cemento son al autoconstructor, en un país con inversión privada retraída e inversión pública retrasada.



Inclusión financiera
que transforma vidas

Profundamente orgullosos de abrazar nuestro propósito de servir e impactar de manera responsable, en las vidas de quienes construyen el progreso del país.

Somos Caja Arequipa

TOP 5
EN LOS RANKING NACIONALES DEL SECTOR BANCARIO


merco
EMPRESAS Y LÍDERES


merco
TALENTO


merco
RESPONSABILIDAD ESG

CERTIFICACIONES INTERNACIONALES

A-
Fortaleza financiera
PACIFIC CREDIT RATING


sA
Rating Social
MICROFINANZA RATING


Nivel Oro
Protección al Cliente
MICROFINANZA RATING


SOMOS MIEMBROS DE:

PERÚ
SOSTENIBLE



Women's
World
Banking



RED ACCION

C I F R A S

2017 - 2023

Pendiente ventas

+9.9%

Pendiente ebitda

+5.5%

Margen ebitda promedio

+26.3%**¿Qué resultados han tenido en lo que va del 2024?**

El mercado sigue siendo complejo. En volumen [el sector] se redujo 7%, pero a la empresa le fue muy bien: crecimos 10% en ebitda y 15% en utilidad neta. El año pasado incorporamos un nuevo horno de última tecnología, con una inversión de US\$84 millones. Genera eficiencias a nivel de costos y permite capturar más margen. Al seguir avanzando con soluciones constructivas, ya no dependemos únicamente de vender la bolsa de cemento. Somos capaces de dar una serie de soluciones muy asociadas al tema digital. Estas han permitido que la utilidad crezca 15% y el ebitda 10%, en un escenario en el que los volúmenes, a lo mejor, no acompañan.

El sector cementero suele ser considerado como un 'sector duro'. ¿Cómo han desplegado la innovación hacia el cliente?

Muchas empresas pueden decir que ponen al cliente al centro, pero hay que vivirlo. Nosotros tenemos en el norte 10 millones de clientes y nos acercamos de manera digital. Esto no tiene nada que ver con cemento, sino con solucionarle la vida a los diferentes stakeholders. Ya no existe ese concepto de 'industria dura', sino clientes que tienen necesidades y empresas que les dan soluciones. Nuestro sueño es que puedan comprar cemento como compran una pizza.

¿Qué avances tienen en sostenibilidad?

Mi visión es tener una empresa que sea económicamente y socialmente sostenible, en cuanto al impacto que causa en su entorno. Lo demás no funciona, si estas dos primeras premisas no se cumplen. Venimos reduciendo la huella de CO2 desde los años noventa, tenemos una serie de productos bajos en clínker y hace menos de dos años lanzamos el EcoSaco, que se disuelve con la mezcla y te ahorra un problema de millones de bolsas. Pero la sostenibilidad no es

sólo medio ambiente, también es la capacidad de atraer talento. Hace más o menos 10 años, el 4% eran mujeres y, hoy, son más del 20%. No es un tema ideológico. Lo diverso le suma a la compañía.

Hacia adelante, ¿qué visión tiene respecto a la digitalización y a la sostenibilidad en Cementos Pacasmayo?

No es opcional. Viene una ola y yo elijo: la corro lo mejor que puedo o dejo que me revuelque. Esto no va a demorar años, va a demorar muy poco tiempo. Las empresas que no lo hayan incorporado en sus procesos van a ser menos sostenibles económicamente, porque no van a poder competir.

¿Cuáles son las claves de liderazgo que le han permitido mantenerse en el grupo de vanguardia del ranking de SEMANAeconómica, por segundo año consecutivo?

Esto es un reconocimiento a lo que hace Cementos Pacasmayo. ¿Qué es lo que hacemos bien? Atraer talento. Hacemos un esfuerzo importantísimo para que ese talento crezca y se desarrolle. De todos los temas que me ocupan en un día, el 80% tiene que ver con recursos humanos. Todo es duplicable, excepto el ser humano. Trato de asegurarme de que el talento tenga los recursos y la dirección clara de hacia dónde va. Y, así, tener un equipo que camine hacia adelante. Es la filosofía que compartimos.

¿Sobre qué escenarios de país trabajan de cara a los siguientes meses y cómo estos pueden modificar los planes de Cementos Pacasmayo?

Venimos de años marcados por una polarización absolutamente innecesaria, destructiva y que pretende borrar todo lo que hemos construido en más de 200 años de independencia. Si no entendemos que el proyecto de nación que tenemos solamente se va podrá construir tratando de respetar

“

Tenemos en el norte 10 millones de clientes y nos acercamos de manera digital. Esto no tiene nada que ver con cemento, sino con solucionarle la vida a los diferentes stakeholders”

puntos de vista, va a ser muy difícil que el país sea viable. Y no hay empresas viables en un país que no lo sea. Nosotros somos el reflejo de lo que es el país. Crecí en un Perú mucho más complicado, pero creo que estábamos más de acuerdo en muchas cosas. Quiero creer que no es que no estemos de acuerdo, sino que simplemente existe demasiado ruido político.

¿El Perú sigue siendo viable?

Absolutamente. Acabé mi maestría en 1989 y volví al Perú. Era el penúltimo año del primer gobierno del presidente Alan García, con 9.000% de inflación y Sendero Luminoso. Si yo pensé que ese Perú era viable, el de hoy, con todos los problemas, está bastante mejor. La viabilidad no es un derecho, se gana con las acciones. ■

- **RESULTADOS 2024** El cauto optimismo se consolida entre los CEO
- **EVALUACIÓN POLÍTICA** Los CEO pasan del alivio al desencanto, en 12 meses
- **ELECCIONES 2026** El mayor factor de incertidumbre



XX Encuesta de Gerentes Generales

Los CEO aceleran el paso, con cautela

Los principales líderes empresariales del país muestran una mirada más optimista de sus negocios para el cierre de este 2024. Pero la pobre valoración del gobierno y el temor ante lo que pueda pasar en las elecciones generales del 2026 los hacen evaluar con extrema minuciosidad cada inversión y decisión de negocio.

Encuesta realizada por:



Técnica: encuestas online autoadministradas.
Universo: gerentes generales de las principales 2,500 empresas del Perú.

Muestra: 143 encuestados.
Fechas de campo: del 26 de abril al 16 de mayo del 2024.

Del alivio al desencanto, en apenas un año

Los CEO empiezan a alinearse con la opinión pública. Hoy, un año después de mostrar su mayoritario apoyo (71%) a la gestión de la presidenta Boluarte, estos la desaprueban de forma masiva (87%). Entre los cuestionamientos resaltan la inseguridad, la debilidad del Ejecutivo y el serio deterioro institucional.

POR KAREN ROJAS ANDIA

La evaluación que realizan los principales CEO del país sobre la labor del gobierno de la presidenta Dina Boluarte ha cambiado de forma radical. Si en el 2023 la valoración era ampliamente positiva (71%), en el 2024 esta se acerca mucho al rechazo mostrado por la ciudadanía, en su conjunto. Y es que la XX Encuesta de Gerentes Generales de SEMANAeconómica, elaborada por Ipsos Perú, revela que, hoy, el 87% de los CEO del país desaprueba la gestión del Poder Ejecutivo.

En apenas un año, la aprobación de los CEO al desempeño del gobierno se redujo en 59 puntos porcentuales: de 71% a sólo 12%. La vertiginosa caída da cuenta del acelerado y difundido desencanto que reina entre los CEO del país por el andar errático del gobierno.

Matriz de preocupaciones

Hace un año, con las protestas sociales del sur aún en la retina, la conflictividad emergía como la mayor preocupación de los CEO. Por ello, el despliegue ordenado por el Ejecutivo para el control de estas movilizaciones fue valorado

positivamente en la medición del 2023. Pasada esa turbulencia —y la sensación de alivio, tras la salida de Pedro Castillo del poder—, ahora los líderes empresariales incorporan otros factores a la balanza. “Cualquiera que fuera diferente al expresidente Castillo era valorado. Pero, luego, empiezan a salir casos de corrupción [del actual gobierno] y vino el desencanto”, afirma Marco Antonio Zaldivar, director independiente de empresas.

Si bien el temor a una reactivación de las movilizaciones sociales sigue presente, ahora las mayores preocupaciones de los CEO van por el lado del incremento de la criminalidad. Un área en la que aún se perciben pocos avances. “El de la seguridad es un reclamo generalizado.

Seguridad física, personal y para hacer negocios. Si eso se te sale de las manos, luego es muy difícil regresar”, advierte Fernando Eguiluz, CEO de BBVA Perú.

Otros campos, como la inestabilidad democrática y el deterioro institucional, también figuran entre las nuevas prioridades. “El principal factor es la debilidad del Ejecutivo frente al populismo del Congreso”, resalta el presidente ejecutivo de Ipsos Perú, Alfredo Torres.

Vínculo desgastado

La percepción que tienen los CEO respecto a la relación que existe entre el gobierno y las empresas es otro indicador del deterioro. Aunque los voceros del Ejecutivo se esfuercen en reafirmar su compromiso con la inversión privada,

¿Aprueba o desaprueba al gobierno de la presidenta Dina Boluarte?

■ Aprueba ■ Desaprueba



Fuente: Ipsos Perú

el 40% de los CEO encuestados considera que la relación gobierno-sector privado es “mala” o “muy mala”. Hace un año, esa cifra se reducía a 22%.

Dicho cambio refleja la mirada crítica que tienen los CEO del papel que cumple el Ejecutivo en temas clave, como el destrabe de proyectos y la promoción de nuevas inversiones (ver gráficos *¿Qué tan bueno cree...* en la p. 60). Pero, en línea con lo mencionado por Torres, denota además la evaluación que se hace de la actual coyuntura política.

No es ningún secreto que el Ejecutivo tiene como principal objetivo sobrevivir. Y, por ello, es subyugado por las fuerzas políticas que controlan el Congreso. “Hay ministros técnicos, pero [el Ejecutivo] peca de omisión. La neutralidad simplemente ya no sirve, porque la ola del Congreso se la está llevando”, remarca Zaldívar.

Más allá del discurso pro inversión privada, los CEO observan con preocupación la debilidad mostrada por el Ejecutivo frente a un Parlamento con agenda propia. “El tema es dejar de dar leyes populistas y preocuparse por reformas que ayuden a la inversión. Y ahí nos hemos quedado en el tiempo”, recalca Joel Villanueva, *co-founder & CEO* de Anka SAFI.

La cautela manda

Ahora, las expectativas de los CEO están puestas en concretar sus inversiones y planes de corto plazo. En general, la percepción es que sectores como el MEF, el Ministerio de Energía y Minas o el Ministerio del Ambiente mantienen un perfil técnico que permite el avance de iniciativas en marcha, pero no necesariamente el desarrollo de nuevos proyectos. “Todavía no vemos que se estén destrabando proyectos que están en el portafolio de proyectos [mineros] del país. Hay mucho trabajo por hacer”, cuestiona el CEO de Minsur, Juan Luis Kruger. Hoy, se percibe menor capacidad de decisión. Y a ello hay que agregar la incertidumbre que generan las elecciones previstas para el 2026.

Todo esto contribuye a que entre los tomadores de decisiones del país se imponga la prudencia. “[Hay ministe-

¿Cuáles son los tres riesgos políticos y sociales que preocupan más en su empresa?



Fuente: Ipsos Perú

¿Cómo cree que es la relación entre el gobierno de la presidenta Dina Boluarte y el sector empresarial?



Fuente: Ipsos Perú

“El principal factor [de desencanto para los CEO] es la debilidad del Ejecutivo frente al populismo del Congreso”

rios que] están haciendo grandes esfuerzos para intentar reactivar, dar predictibilidad. Pero no sabemos qué va a pasar en 2026. Las nuevas inversiones se toman con mayor cautela. Y, en las minas que están funcionando, se tiene que bailar con la que toque”, reconoce Leandro García, gerente general de Compañía de Minas Buenaventura.

De otro lado, el deterioro institucional generalizado, que se expresa en temas como la crisis del Ministerio Público y los cuestionamientos a organismos electorales y la Junta Nacional de Justicia, también abonan al acelerado desencanto con un gobierno que

ha elegido la pasividad. “Los empresarios desaprueban los signos exteriores de desorden. Tenemos un Congreso que está ‘disparado’. Se meten en el gasto público, presionan la caja e incluso postergan [la formalización de mineros ilegales] en el Reinfo”, dice García.

Esa percepción de debilidad y sometimiento frente a otros poderes del Estado está llevando rápidamente a que la opinión que tienen los CEO del gobierno converja con el creciente rechazo popular. Según la más reciente encuesta nacional de Ipsos Perú, sólo el 8% de la ciudadanía aprueba la gestión de la presidenta Boluarte.

El optimismo cauto se consolida

Los CEO esperan cerrar los balances del 2024 con mejores resultados que el año anterior. Las grandes esperanzas están puestas en el 2S24. Pero, para hablar de una recuperación franca, aún esperan que se desaten ciertos nudos.

POR JONATHAN TERRANOVA V.

Los CEO de las principales empresas del país esperan que el 2024 cierre como un año mejor que el 2023. La XX Encuesta de Gerentes Generales de SEMANAeconómica, elaborada por Ipsos Perú, evidencia que el diagnóstico que hacen los CEO de las perspectivas de sus negocios se alinea con las expectativas de un rebote de la economía peruana. Un rebote que, por ahora, aún se estima acotado. "No se espera mucho más del en-

torno económico y del ambiente de negocios", apunta Patricia Rojas, directora de Asuntos Públicos de Ipsos.

Dos tercios (67%) de los líderes empresariales encuestados esperan mejorar la rentabilidad obtenida el año pasado en sus respectivos negocios. Gran parte de esta renovada expectativa se explica por la baja base comparativa. Algo que quedó en evidencia con el crecimiento acotado que registró el país en el 1T24 (1.4%). "Incrementar la producción en

el 2024 respecto al 2023 es relativamente fácil. Porque la base de comparación, sobre todo del primer trimestre, es muy baja. El 2024 es un año en el que vamos a producir 12 meses ininterrumpidos", asegura Juan Luis Kruger, CEO de Minsur.

La mayoría de CEO espera crecer respecto al año pasado y más del 50% prevé que dicho crecimiento superará el 10%. Seguir desarrollando la capacidad de adaptarse a un contexto aún desafiante será crucial para lograrlo. "El 2024 es un año retador como el 2023. Durante el año pasado, mantuvimos un crecimiento en las ventas, gracias a estrategias como los nuevos ingresos del portafolio en el mercado local y las exportaciones. Este año esperamos mantener esa línea", indica Cristiano Sampaio, gerente general de Gloria.

Como objetivo de ingresos para el 2024, comparado con el año previo, su empresa se ha planteado...



Fuente: Ipsos Perú

Focos de confianza

La confianza es mayor en determinados sectores productivos. Especialmente, en aquellos que durante el 2023 sufrieron las principales consecuencias de factores exógenos, como las

60 AÑOS
TRASCENDIENDO
EN LA REGIÓN

Reafirmamos nuestro compromiso con la **sostenibilidad, la excelencia y la creación de valor compartido.**

En la Memoria Integrada 2023, mostramos nuestros resultados:



Líder con **S/4,505 millones de ventas** en el mercado peruano.



1,240 millones de toneladas de producto terminado.



S/22 millones destinados a proyectos con impacto positivo al **medio ambiente.**



S/1.3 millones asignados para el bienestar social: **Concurso de matemáticas y Becas UTEC.**



4 Veces menos emisiones de Gases de Efecto Invernadero que el promedio mundial, Metodología Worldsteel.



Participación activa en el **Programa Huella de Carbono Perú** del MINAM por 5 años consecutivos.



Miembros del **Dow Jones Sustainability Index (DJSI) MILA Pacific Alliance** por **4 años** consecutivos.



1ª empresa privada en firmar un convenio con la Fundación de Lima para el **proyecto Agua de Emergencia**, beneficiando a **+12,000 personas en SJL.**

En los próximos 12 meses considera que el clima de negocios...



Fuente: Ipsos Perú

condiciones climáticas que azotaron el país durante el último año. Ese es el caso, por ejemplo, de la pesca. “A diferencia de los fenómenos climatológicos del año pasado, este año hubo una rápida regularización en las temperaturas del mar, lo que es bueno para la anchoveta. Se ha avanzado a un 95% de la captura de la primera temporada de pesca [en la zona centro-norte]. Creemos que la segunda temporada será buena y que el 2025 se mantendrá. Nos hace confiar”, sostiene Adriana Giudice, CEO de Austral Group.

La agroindustria también avanza un buen momento, debido a una mayor demanda de cultivos desde el exterior. Algo que está sustentando mayores áreas de sembrío, según explica Darío Núñez, gerente general de Uvica.

Y el rally del precio de algunos metales clave, como el cobre, pronostica un periodo plagado de oportunidades para el sector minero peruano durante los próximos meses. “Hay fundamentos muy sólidos a mediano y largo plazo para varios de los metales que producimos; en particular, el cobre y el estaño, que son metales fundamentales para la transición energética”, advierte Kruger.

Certezas y riesgos

Los objetivos para el 2024 parecen firmes, pues la mayoría de líderes apunta a alcanzar sus metas. “Venimos obtenien-

do resultados en línea con lo proyectado. Financieramente, mantener los indicadores crediticios en niveles adecuados es algo que venimos trabajando”, reconoce Sampaio.

Otra prioridad común de los CEO para los siguientes meses será la generación de eficiencias en las operaciones. Sólo así se podrá compensar el débil crecimiento económico. “El sector cementero ha sufrido un estancamiento. Sin embargo, fuimos capaces de desarrollar una optimización de costos que mejoró nuestros indicadores”, dice Juan Carlos Burga, gerente general de Yura.

“De momento las señales son positivas, pero somos cautelosos”, reconoce Cristiano Sampaio, CEO de Gloria

Las grandes expectativas están ahora puestas en el 2024. Se espera que ese sea el momento de la mejora sostenida, con tasas de interés más favorables y una inflación totalmente controlada. Aun así, el país todavía requiere destrabar otros nudos para poder hablar de una recuperación franca de la economía. “La inversión pública va más lenta de lo anticipado y la inversión privada también está ralentizada. Esto representa otro desafío significativo para nuestro negocio. Esperamos que estos dos drivers

mejoren en la segunda mitad del 2024”, comenta Burga.

El optimismo cauto se mantendrá entre los CEO en la medida que no mejoren otros indicadores clave. “El 1S24 no ha ido tan bien como habíamos supuesto y eso ameritó que hagamos un cambio de objetivos comerciales de ventas para lo que queda del 2024”, apunta Víctor Acosta, gerente general de Senda Inmobiliaria.

En el sector financiero, por ejemplo, la alta morosidad sigue sin ceder. “Todavía vemos que la morosidad sigue fuerte, como en el 2023. Hubo una reducción en las utilidades relevantes y eso fue básicamente por el gasto en provisiones. En la medida que haya un impacto positivo en el empleo e ingreso de las familias, debería ir mejorando [la mora], sobre todo hacia el final del año”, señala el CEO de BanBif, Juan Carlos García.

Esta suma de factores se traduce en que, aunque los indicadores de confianza empresarial se ubiquen en el tramo optimista, por ahora la mejora sea sólo tibia. “De momento las señales son positivas, pero somos cautelosos”, reconoce Sampaio.

Los CEO no esperan que el clima de negocios mejore significativamente en los próximos 12 meses. Y, en el largo plazo, entra en juego el factor político-electoral, que agrega mucha incertidumbre hacia el 2026. “Si no tuviéramos el ruido político, estaríamos creciendo a un ritmo mucho más elevado. Medidas como la liberación de AFP o CTS enturbian el ambiente de inversión y hacen que las empresas y los propios bancos seamos muchísimo más restrictivos al momento de evaluar una colocación, dificultando la recuperación de la economía”, concluye García. ■

Diplomatura

INTERNATIONAL ADVANCED QUALITY MANAGEMENT PROGRAM



INSTITUTO PARA LA
CALIDAD
PUCP



Inicio
14 de setiembre
2024

En colaboración con la Universidad Pontificia Comillas, esta diplomatura proporciona una alta especialización en gestión de la calidad para asegurar cumplir con las exigencias actuales y futuras del mercado y dirigir con visión estratégica hacia la mejora continua.

"Fortalece tu capacidad estratégica y de excelencia operacional"



Duración: 5 meses
(1 semana en Madrid)



Modalidad: semipresencial



Plana docente: académica,
empresarial e internacional



Dirigido a gerentes de calidad,
gerentes de procesos, empresarios
y ejecutivos involucrados en áreas
de calidad y mejora continua.



Sesiones dictadas en
Miraflores, Lima
(fin de semana)



Sesiones presenciales en
Madrid que incluyen
almuerzos y coffee breaks



3 visitas guiadas a
empresas en Madrid

SEMANA EN MADRID

**Del 14 al 18 de
octubre de 2024**

*"Una experiencia de
aprendizaje única para
líderes empresariales"*



Certificado Internacional por la participación en el
módulo Planeamiento Estratégico de la Calidad,
dictado en Madrid.



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA
ICBI ICADI CBI

Pontificia Universidad Católica del Perú

+Información



Donde acaba el optimismo

El cauto optimismo de los CEO del país tiene fecha clara de caducidad. El inicio de la campaña electoral del 2026 es observado por los líderes empresariales con preocupación, ante la posibilidad de que una candidatura extremista llegue al poder.

POR ALBA ÑAUPAS O.

El pesimismo y la preocupación afloran cuando a los principales CEO del país se les pregunta qué esperan de las Elecciones Generales previstas para el 2026. Así lo revela la XX Encuesta de Gerentes Generales de SEMANAeconómica, elaborada por Ipsos Perú. La mitad (49%) de los CEO encuestados reconoce tener perspectivas pesimistas respecto a dichos comicios, mientras que apenas el 4% mira a las siguientes elecciones con optimismo (ver gráfico *¿Cómo evalúa...*). "Prácticamente, no hay expectativas optimistas. Las posturas 'conservadoras' (46%) se entienden como un gobierno mediocre, que no haga grandes cambios en el modelo económico. 'Pesimista' sería el riesgo de tener un gobierno más antiempresarial", explica el presidente ejecutivo de Ipsos Perú, Alfredo Torres.

El temor de los CEO es que el 2026 se convierta en una reedición del 2021. Es decir, que, en medio de una nutrida oferta electoral, termine prevaleciendo

una candidatura de extrema izquierda o abiertamente antisistema. A diferencia de lo ocurrido en ese entonces — cuando la irrupción de Pedro Castillo sorprendió a propios y extraños —, las preocupaciones de cara al 2026 tienen rostro, nombre y

La principal preocupación de los CEO de cara al 2026 tiene rostro, nombre y apellido: Antauro Humala Tasso

apellido: Antauro Humala Tasso, quien, luego de purgar prisión durante más de 17 años, empieza a perfilarse como candidato presidencial.

Alerta etnonacionalista

El temor a Antauro Humala no

es nuevo. En el 2022, la Encuesta del Poder de SEMANAeconómica (SE1844) ya colocaba al líder etnocacerista como la persona con más capacidad para desestabilizar al país, incluso por encima del entonces presidente, Pedro Castillo.

Conforme se acerca el periodo electoral, la preocupación en torno a Antauro Humala se incrementa. Y los temores tienen cierto asidero. Mientras el establishment político sigue sin definir con qué rostro afrontará el proceso electoral, Humala lleva prácticamente dos años haciendo proselitismo fuera de Lima, movilizandobases y allanando el camino legal para su agrupación política: la Alianza Nacional de Trabajadores, Agricultores, Universitarios Reservistas y Obreros (A.N.T.A.U.R.O.). "Hoy, el escenario político está muy fraccionado. El único candidato que parece fijo es Antauro Humala, que sería un desastre para el país", advierte Nikolas Gremler, gerente general de Divemotor.

A estas alturas, ningún esce-

nario político puede descartarse. Pero hay uno que genera especial preocupación: la posibilidad de que Antauro Humala llegue a segunda vuelta y su adversaria sea Keiko Fujimori. "Cualquier candidato moderado que entre a la segunda vuelta tendría más opción de derrotar a Antauro Humala que Keiko, pues tiene mucho antivoto", argumenta Torres.

Ante esta posibilidad, los CEO miran con buenos ojos la posible aprobación en el Congreso de una ley que podría impedir la postulación de Humala. El dictamen, que se encontraba en pausa desde el año pasado, establecía la prohibición de que personas condenadas por asesinato y otros delitos violentos puedan postular a cargos de elección popular.

A dos días del fin de la legislatura y con 90 votos a favor, el Congreso aprobó la cuestión previa para que el texto retorne a la Comisión de Constitución. "Vemos con preocupación el que no se aprueben determinadas leyes que impidan que puedan postular personas sentenciadas. Eso es casi un tema de sentido común mínimo. Una persona sentenciada

no puede tomar las riendas de un país", enfatiza Juan José Calle, CEO del Jockey Plaza.

La esperanza centrista

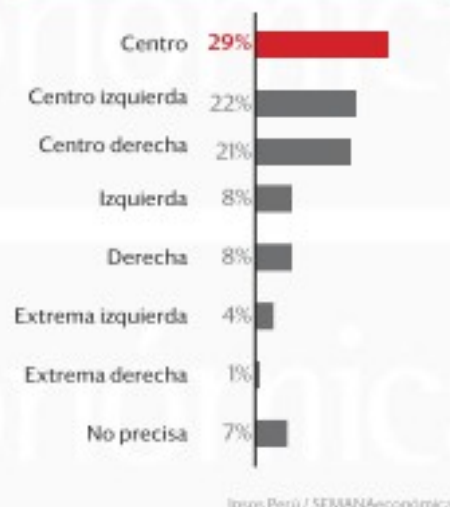
Dentro de este clima de tensa calma, algunos CEO depositan sus esperanzas en que surja una candidatura de perfil moderado con opciones de ganar tracción entre el electorado.

El 72% de los encuestados espera que el candidato que tenga arrastre sea de centro, centro izquierda o centro derecha (ver gráfico ¿Qué perfil...). "Los extremos han demostrado ser conflictivos. Por lo tanto, ya sea un candidato de centroderecha o centroizquierda, lo que se quiere es alguien que sea de centro", resume Gremler.

Este escenario sería el más beneficioso para el país y ayudaría a recuperar la estabilidad perdida. "Venimos de años marcados por una polarización absolutamente innecesaria, destructiva y que pretende borrar todo lo que hemos construido en más de 200 años de independencia", cuestiona Humberto Nadal, CEO de Cementos Pacasmayo. "El país ha venido aguantando en estos últimos años un desbarajuste completo en el tema político. No sé cuánto tiempo más vamos a poder aguantar este pésimo manejo, estos cambios permanentes que dejan el barco a la deriva, con ministros que, en promedio, duran menos de tres meses en el cargo", agrega el CEO de Casa Andina, Juan Stoessel.

Los ejecutivos más escépticos, sin embargo, consideran que en la coyuntura actual es casi imposible que una opción de centro gane las próximas elecciones.

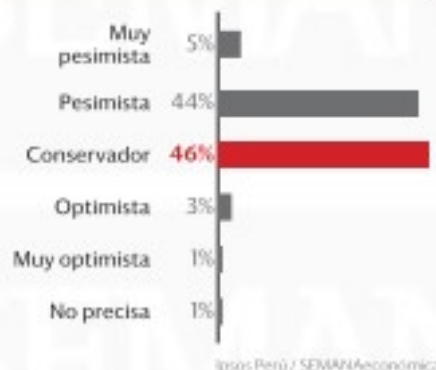
¿Qué perfil de candidato cree usted que obtendrá más respaldo electoral en el 2026?



"Lo que creo es que probablemente va a pasar que estas elecciones las gane un candidato que esté pegado a los extremos", dice Víctor Gálvez, director de Andiamo Inmobiliaria.

La posibilidad de que se repita una contienda electoral con numerosos candidatos y una alta dispersión de los votos favorecería a dicho escenario. Prueba de ello es lo sucedido en el 2021, cuando los candidatos que pasaron a segunda vuelta apenas lograron 18.92% y 13.41% de los votos válidos. Y que constituyó la antesala a la elección de Castillo como mandatario. "He tenido la posibilidad de conversar con distintos especialistas que analizan la política peruana y me hablan de 30 nombres de posibles candidatos, que ni siquiera me he podido aprender. No quisiera ponerme en los zapatos electorales de un peruano o de una peruana, porque, ¿qué haces cuando llegas a ver la boleta electoral?", finaliza Fernando Eguluz, CEO del BBVA Perú. ■

¿Cómo evalúa las perspectivas políticas de cara a las elecciones del 2026?



Los principales desafíos, a ojos de los CEO

Respecto al 2023, el conservadurismo cedió un poco de terreno a favor del optimismo de los líderes empresariales consultados por la XX Encuesta de Gerentes Generales. La cautela vigente responde al temor de una desaceleración del crecimiento. Los CEO ven un acelerado deterioro de la relación Ejecutivo-Legislativo, sobre todo en el caso del debilitado MEF. Y su rechazo al Congreso es unánime.

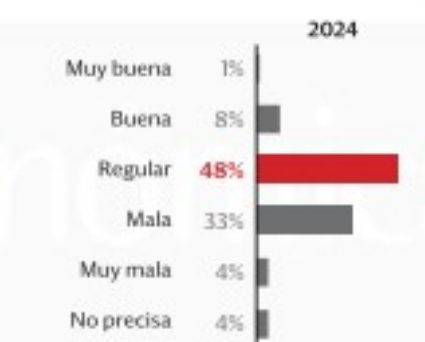
POR JUAN ROSALES A.

¿Cómo evalúa las perspectivas económicas del país en los próximos doce meses?



Ipsos Perú

¿Cómo calificaría la relación del Ministerio de Economía y Finanzas con el Congreso?



Ipsos Perú

¿Qué tres riesgos económicos le preocupan más en su empresa?



Ipsos Perú

XX ENCUESTA DE GERENTES GENERALES



Solicitud de Expresiones de Interés

Contratación del servicio de Consultoría Externa para los Proyectos “Banda de Frecuencias 3.5 GHz (3,300 – 3,400 MHz y 3,600 – 3,800 MHz)” y “Banda de Frecuencias 26 GHz (25.9 – 26.7 GHz)”

La Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN, tiene el encargo de estructurar –en el marco de la normativa que regula la promoción de la inversión privada mediante Proyectos en Activos (TUO del Decreto Legislativo N° 1362)- y realizar el proceso de promoción de la inversión privada de los Proyectos “Banda de Frecuencias 3.5 GHz (3,300 – 3,400 MHz y 3,600 – 3,800 MHz)” y “Banda de Frecuencias 26 GHz (25.9 – 26.7 GHz)”.

Para ello, requiere contratar el servicio de Consultoría Externa especializada, para que asesore a PROINVERSIÓN en las siguientes fases de los Proyectos en Activos:

- a) Durante la fase de Estructuración: recomendar las condiciones del proceso de subasta, valorizar las Bandas y los Compromisos Obligatorios de Inversión y recomendar las condiciones de la Licitación Pública Especial.
- b) Durante la fase de Transacción: efectuar labores de promoción y asesoramiento en la etapa de la Licitación para seleccionar a los Adjudicatarios de los Proyectos.

La Dirección Especial de Proyectos de PROINVERSIÓN invita a las firmas consultoras, nacionales y extranjeras, a presentar Expresiones de Interés para participar en el proceso de selección correspondiente.

Más información sobre los Proyectos, el objetivo y alcance de la consultoría, las calificaciones y experiencias requeridas a los consultores, las formalidades para presentar las expresiones de interés, así como los criterios para determinar la lista corta de postores calificados, las podrán encontrar en el siguiente enlace del Portal de PROINVERSIÓN: <https://www.investinperu.pe/es/pi/procesos-de-seleccion/expresiones-de-interes/2024ei/consultoria-externa-proyectos-bandas-35ghz-26ghz>

Consultas o sugerencias: comunicarse con el Sr. Aldo Laderas, Director de Proyecto, al correo electrónico aladeras@proinversion.gob.pe o al teléfono (+51 1) 200-1200 Anexo 1292.

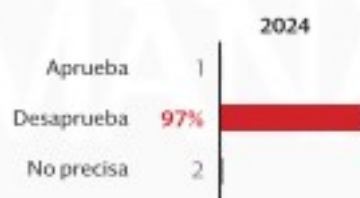
Idioma de presentación de la Expresión de Interés: español.

Idioma de elaboración de estudios de la consultoría: español.

Fecha límite de recepción de Expresiones de Interés: 21 de junio de 2024.

Lima, junio de 2024

¿Aprueba o desaprueba al Congreso de la República?



Ipsos Perú

¿Cómo cree que es la relación entre el Poder Ejecutivo y el Congreso?



Ipsos Perú

¿Qué tan bueno cree que es el desempeño actual del gobierno de la presidenta Dina Boluarte en el destrabe de proyectos?



Ipsos Perú

¿Qué tan bueno cree que es el desempeño actual del gobierno de la presidenta Dina Boluarte en la atracción de inversiones?



Ipsos Perú

Sectores y Empresas



GASTRONOMÍA

El *K-boom* de la comida coreana

El despertar del apetito por esta cocina se suma a la fiebre del K-pop y del K-drama entre los peruanos. Mientras la demanda crece en la capital, la oferta empieza a mirar a otras regiones.

La oferta gastronómica coreana ha logrado abrirse paso en el competitivo mercado peruano. La aparición de restaurantes y marcas virtuales de este tipo, que hasta ahora buscaban satisfacer principalmente a la creciente demanda limeña, se acelera cada vez más. Y los restaurantes ya evalúan su expansión a otras regiones del Perú.

La tendencia, acelerada durante el último año, coincide con la creciente popularización del género musical K-pop — a través de bandas coreanas como BTS y Blackpink — y de los K-drama — ficciones que se transmiten con mayor frecuencia y variedad en plataformas de streaming como Netflix — en toda Latinoamérica. Y el Perú no ha sido ajena a esto. “El número de clientes que nos visita crece 10% todos los meses”, revela Andrés Park, dueño del restaurante tradicional Biwon Bistro, que cumplirá tres años en el mercado local.

La demanda por comida coreana crece tan rápido que, en muchos casos, los locales no logran darse

abasto. Por ello, algunos ‘restauranteros’ han remodelado sus sedes para capitalizar la creciente demanda. Por ejemplo, la heladería Mr. Bingsu implementó un segundo piso en su local de Lince. “También duplicamos nuestra capacidad de producción, porque los fines de semana llegamos a tener 1,000 clientes al día y se formaban colas de hasta una hora”, resalta su administrador, Yafaedh Maraví. El Tío Shin, ubicado en La Victoria, también realizó cambios en su estrategia para satisfacer la demanda. “Nuestro segundo local sólo atendía los fines de semana, pero quedó chico. Desde julio, abriremos todos los días”, dice su administrador, Cristian Suárez.

Los empresarios creen que el despertar del apetito por la gastronomía coreana recién empieza en el país. Y, desde ahora, trazan sus planes de apertura de locales para el corto y mediano plazo. “Queremos abrir la cuarta sede [en Lima] hacia fin de año. Estamos interesados en el Cono Norte”, revela Nio Hwang, Chef de Casa Corea.

El crecimiento, sin embargo, no será exclusivo de las marcas con local físico. Las marcas gastronómicas virtuales coreanas también buscarán expandirse. “Nos interesa ir a San Miguel, La Molina y Los Olivos con dark kitchens. El próximo año abriremos al menos una más y, luego, queremos pasar a un mercado gastronómico”, cuenta Víctor Tinageros, cofundador de Hanok Korean Krunch.

La expectativa de crecimiento trasciende a Lima. Otras regiones del país ya despiertan el interés de los negocios. “Estamos buscando zonas en Trujillo para poner un local en el 2026”, anuncia Maraví, de Mr. Bingsu.

Como consecuencia de estas inversiones, los negocios esperan alcanzar tasas anuales de crecimiento por encima del 15%, en promedio. “La comida coreana tiene mucho potencial y podría terminar como lo que se vivió hace años con el boom de los makis”, concluye Tinageros. (ASU) ■

“El número de clientes que nos visita crece 10% todos los meses”



INFRAESTRUCTURA

"No se ha presentado la adenda [del Jorge Chávez] a Ositran"

Verónica Zambrano, presidenta de Ositran, advierte los inconvenientes surgidos en torno a la adenda que buscan firmar LAP y el MTC para facilitar un acceso temporal al nuevo terminal del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

¿Cuál fue la respuesta de Ositran ante el reciente fallo técnico que ocasionó la paralización temporal del tráfico aéreo en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez?

La parte operativa ya estaba resuelta. No fue una falla de la fuente primaria ni secundaria de energía, sino de un circuito [de luces] que era parte de la competencia de Corpac.

¿La responsabilidad, entonces, recae en Corpac y no en LAP?

LAP debe tener un sistema de iluminación como *backup* y cuenta con un equipo electrógeno. No fue necesario usarlo porque no falló, [los que fallaron] fueron los circuitos [de Corpac].

Ositran aprobó el modelo de lunas que se deben adquirir para reemplazar las que hoy impiden la operación de la nueva torre de control del Jorge Chávez. ¿Por qué no se cierra la compra?

Verificamos la muestra de las nuevas lunas propuestas por LAP y le dimos el OK. Desde el 18 de mayo, esa decisión está en poder del Ministerio de Transportes y Comunicaciones para que procedan.

¿Llegó a Ositran la adenda al contrato de ampliación del Jorge Chávez, que se necesita firmar para la construcción de un camino de acceso temporal al nuevo terminal?

Oficialmente, todavía no se ha presentado la adenda a Ositran. Pero se está proponiendo que, en lugar de que LAP busque el financiamiento, se difiera el pago de la retribución que hace al Estado por sus ingresos brutos para financiar el puente, que está valorizado en US\$7 millones.

¿Qué opina sobre esa medida?

Aparentemente, la Contraloría considera que no debería haber ningún reconocimiento a LAP sobre el camino [de acceso temporal]. Si hay una observación de esa naturaleza, se puede detener la obra.

Entonces, ¿esa no sería la solución?

Creemos que ese es el camino. Puede haber muchas fórmulas, pero la más práctica es esa. No significa un costo para el Estado. (JM)

INFRAESTRUCTURA

MAJES CONTRA EL TIEMPO

El tiempo corre y los consensos en el Consejo Regional de Arequipa para aprobar la transferencia de la titularidad de Majes Sigas II, del Gobierno Regional al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri), están lejos de alcanzarse.

La decisión debe ser tomada en la primera semana de julio. Pero, a pesar de que el Midagri sostiene que la transferencia es ideal para reactivar el proyecto en el corto plazo, consejeros regionales consultados por esta revista mantienen su oposición a esa propuesta. "Creemos que está incompleta", afirma

el presidente del Consejo Regional de Arequipa, Fernando Cornejo.

Un punto que genera resquemores es la inclusión de la reparación de los túneles y canales de Majes Sigas

en el proyecto. "El ministro dijo que elevará el costo de inversión a US\$2,700 millones, pero queremos saber la justificación técnica. No hay cronograma de desembolso ni de las acciones a tomar", observa Cornejo.

El otro punto de discordia está vinculado a las solicitudes de la población de la provincia de Caylloma, zona de influencia del proyecto. "El ministro manifestó que está dispuesto a incluir todas las demandas. Entre ellas, está que se entregue el 30% de las tierras de

Majes Sigas II a la población. Eso no está en el convenio y no sabemos si realmente lo querrán hacer", agrega el consejero regional, César Huamantuma.

Ambos funcionarios del Consejo Regional coincidieron en que votarían en contra de la transferencia, si no se actualiza el convenio. Aunque agregaron que todavía es temprano para definir la postura del todo el Consejo Regional.

El titular del Midagri, Ángel Manero, afirmó que la transferencia facilitará el destrabe de la licitación del proyecto y enfrentar el arbitraje internacional que planteará Cobra, su antiguo concesionario. "El Midagri tendrá más capacidad para realizar los cambios cuando tenga la titularidad, tanto en la licitación

como en el arbitraje", remarca Ronald Fernández Dávila, socio del estudio Philippi Prietocarrizosa Ferrero DU & Uría.

"Sin problemas legales, tardaríamos cinco años en

hacer la obra, entre estudios y obra física. Si hubiera un arbitraje, eso la retrasaría cuatro años más", anticipó el ministro Manero en *RPP* para resaltar la urgencia de transferir el proyecto. El arbitraje, sin embargo, no necesariamente retrasaría las obras en todos los casos. "En el Aeropuerto de Chinchero, el arbitraje inició, tardó cinco años y no se detuvieron las obras. Se construyeron bajo un esquema diferente", recuerda Juan José Cárdenas, socio de Damma Legal Advisors. (JM)

Consejeros regionales consultados por esta revista afirmaron que votarían en contra de la transferencia



MANGO A MEDIAS

El mango recuperará sus volúmenes de exportación este año, tras una campaña muy golpeada por los fenómenos climatológicos. Pero una probable disminución de los precios impediría una recuperación total del cultivo.

Las adversidades climáticas, como el Fenómeno El Niño y el ciclón Yaku, generaron un retroceso de 68% en el volumen exportado de mango en la campaña 2023/2024. Esto equivale a 84,600 toneladas. De los cerca de 400 contenedores que

normalmente exportamos, sólo llegamos a, más o menos, 85", comenta César Morocho, gerente general de Frutas de Vida.

Las plantaciones del Valle de

Principales destinos de exportación de mango

En millones de US\$ FOB



* Entre enero y abril

Fuente: Minagri

San Lorenzo, Motupe, Olmos y Casma fueron las afectadas. Ello ya que la principal variedad de exportación (Kent) necesita temperaturas bajas para florecer,

como explica Ángel Camarra, presidente de Promango.

La baja producción generó precios altos –con un aumento promedio

de 49%–, pero sólo pudieron ser aprovechados por empresas con capacidad para responder a una demanda importante. Por ejemplo, los resultados de Cam-

posol del IT24 se beneficiaron del mango. Pese a la caída de 24% en los volúmenes, el alza de ventas llegó hasta 49%.

Este año, el inicio de la temporada de frío por la llegada del anticiclón del Pacífico Sur abre un mejor panorama para la próxima campaña. El volumen se recuperaría 70%, según estima preliminarmente Abel Pérez, analista senior de Fresh Fruit. Así, la producción local recuperará el terreno perdido frente a otros competidores regionales como Brasil, que logró ganar posicionamiento en Europa.

A pesar de la mejoría, el resultado global del cultivo no mostraría una recuperación tan firme. La recuperación de la producción de los cultivos afectados generará una sobreoferta en el sector, que empujaría los precios a la baja. En consecuencia, el resultado global del crecimiento de las exportaciones sería del 38%, muy por debajo del nivel de crecimiento del volumen.

Un driver para el cultivo será la puesta en operación del Puerto de Chancay. Además de los principales mercados de exportación del Perú –Estados Unidos y Europa–, se podrán fortalecer las rutas comerciales a países asiáticos como China, Japón y Corea. "Con la línea directa hacia el Asia se ahorrará, por lo menos, el 30% del tiempo y se disminuirán los costos", prevé Gabriel Amaro, presidente de la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGPA).

El volumen de exportaciones de mango cayó 68% en la última campaña

LA AMENAZA DEL DRAGÓN

La agresiva competencia que supone la presencia en Perú de grandes plataformas chinas de e-commerce –como Aliexpress, Shein y Temu– ha motivado a las empresas y retailers locales a tomar medidas para defender su market share. "Desde el ecosistema de marketplace hay que tenerlas en cuenta. Si bien las consideramos una amenaza, tenemos maneras de combatir", dice Rodrigo Murata, gerente comercial de Juntos.com, marketplace del Grupo EFE.

La reciente irrupción de Temu en el país puso el foco en las plataformas chinas. Aunque había ingresado al mercado peruano formalmente en el 2022, en los últimos tres meses empezó a ganar posiciona-

miento, apoyada en una agresiva estrategia de ofertas que promueve en redes sociales.

"Sorprende la gran penetración que hacen en pauta publicitaria", reconoce Leslie Passalacqua, presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la Cámara de Comercio de Lima.

Su atractivo para el cliente radica en los precios, generalmente mucho más bajos que los de e-commerce locales. "Tienen promociones muy fuertes. Incluso Temu ha empezado a ofrecer cupones de hasta \$400 de descuento. El retail local debe ser más eficiente en sus procesos para tratar de competir contra estos costos. Igual es muy difícil, porque tampoco tenemos la capacidad que tienen las empresas chinas de fabricar y

meter al mercado tanto surtido nuevo en tiempos cortos", explica Raúl Vergara, gerente general de Footloose. A los bajos precios se le suman los envíos gratuitos, estrategia que las empresas con operaciones en el Perú habían empezado a descartar (SE1908).

Frente a ello, las firmas locales de e-commerce han pasado a reforzar el valor agregado de tener presencia física en el país. "Mientras estos marketplaces no tengan tiendas físicas o centros de distribución en el Perú, la principal ventaja es la inmediatez o los cortos tiempos de envío. Estamos viendo cómo mejoramos la optimización de los procesos para brindar más servicios de última milla a los clientes, como el delivery ex-

press, y más puntos de recojo en tienda de lo que tenemos. Todo ello, en el menor tiempo posible", cuenta Carlos Ramos, head of e-commerce de Miniso Perú.

Aunque no siempre se pueda competir con los precios de las plataformas asiáticas, las compañías locales también han decidido robustecer el surtido de sus productos. Juntos.com, por ejemplo, tiene como meta mensual incorporar entre 20 y 30 sellers para ampliar su portafolio. (AÑO)

El atractivo de los e-commerce asiáticos para el cliente radica, principalmente, en sus agresivos precios



Los últimos
domingos
de cada mes,
lee la columna
política de



Mávila
Huertas

en

SEMANAeconómica



Monto de facturas
colocadas
S/127'000,000

STARTUP

En la mira CobraYa

Desde el 2022, la *startup* peruana provee automatización de pagos anticipados a proveedores y busca ser una alternativa más económica al *factoring* para grandes empresas. Este año, operará con Breca, Grupo Romero y Luz del Sur. Luego, en el 2025, buscará ingresar a México. (CCC)



Raúl Caro,
CEO & Founder



Luis Carranza,
Co-founder

MODELO DE NEGOCIO

CobraYa ofrece una plataforma digital —vinculada al sistema administrativo ERP— para grandes empresas, que automatiza los pagos adelantados de facturas a proveedores. A diferencia del *factoring*, que también involucra el pago anticipado de facturas, el descuento es dirigido directamente a las grandes empresas, mediante una nota de crédito y no a través de una entidad financiera. Así, genera un ahorro neto de entre 1% y 2% del valor de la factura.

ESCALABILIDAD/EXPANSIÓN

Este año, CobraYa empezó a operar con la pesquera de Breca, Tasa. "Tiene un sistema administrativo compartido con otras empresas del grupo. Con esto, dejamos la puerta abierta para poder generarle valor en [otras de] las empresas", dice Raúl Caro, su CEO. Además, la *startup* operará con Grupo Romero y Luz del Sur. Así, espera llegar a los S/200 millones en facturas negociadas. Su objetivo de este año es ampliar la cartera a cinco grandes empresas, respaldada por Empeñe UP.

Valor negociado en facturas

En millones de S/



Fuente: CobraYa

PLANES

Hacia el 2025, CobraYa planea expandir sus operaciones a México. No hay planes de levantamiento de capital en el corto plazo, pero la expansión internacional requeriría un socio mexicano, al que se le permitirá tener un *share* en el negocio. A futuro, con la data de los proveedores ya recopilada, la *startup* buscará brindar servicios financieros adicionales, como préstamos y adelantos a las pequeñas y medianas empresas, además de ofrecerles soporte tecnológico.

INVERSIONES

Las 'fijas' de la BVL para el resto del año

La bolsa prolongaría su buen momento a lo largo del 2S24. Los papeles con mejor desempeño serían los de IFS, InRetail, Ferreycorp y Cerro Verde.

Un escenario de mejores tasas de crecimiento y de altos precios del cobre apunta a prolongar durante todo el 2S24 el buen desempeño que viene mostrando la Bolsa de Valores de Lima (BVL).

El índice general de la plaza bursátil limeña (S&P BVL Perú General) alcanzó un rendimiento de casi 13% al 13 de junio de este año. Pero las Sociedades Agentes de Bolsa (SAB) aún ven oportunidades de rendimientos interesantes en algunas acciones, principalmente vinculadas a la demanda interna y al precio de los metales. Para el 2S24, las acciones favoritas de las casas de bolsa son InterCorp Financial Services (IFS), InRetail, Ferreycorp y Cerro Verde.

El segmento financiero de la BVL, que en lo que va del año se apreció 13.6%, se beneficiaría con la esperada recuperación de la economía del 2S24. "El sector financiero puede tener un buen año. IFS nos gusta bastante, porque entrega buenos resultados", afirma Daniel Guzmán, gerente general de Credicorp Capital SAB.

El precio de la acción del *holding* financiero se ubica hoy en US\$22.35. "IFS está cotizando con descuento y esperamos una mejora significativa de sus utilidades en el 2S24, debido a la normalización de su nivel de provisiones", dice Marco Contreras, *head of Research* de Kallpa SAB.

Otro sector cíclico es el de consumo, que, por aho-



iStock

ra, cae casi 7% en la BVL. Pese a ello, las perspectivas apuntan a una recuperación para los próximos meses, en línea con una mejora de la demanda interna. "InRetail siempre crece más que la economía peruana", advierte Sebastián Cruz, analista senior de Seminario SAB.

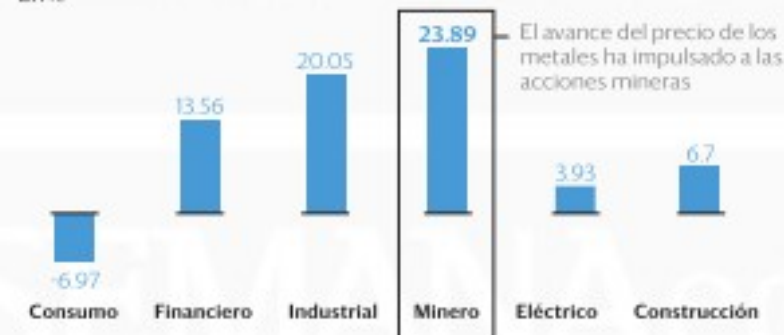
A la fecha, la acción de InRetail cotiza en US\$28.8. Credicorp Capital SAB proyecta un precio objetivo para este papel cercano a US\$43. "InRetail nos gusta para apalancar el sector consumo. El negocio de *food retail* le está quitando mercado al segmento informal", señala Contreras. InRetail, además, es una compañía con un negocio resiliente. Tiene un portafolio diversificado y sólidos fundamentos en el largo plazo, como recuerda Guzmán.

Hoy, el papel de Ferreycorp es otro de los preferidos por las SAB para el 2S24. Se trata de una compañía con una capacidad importante para generar *cash*, estructuralmente sólida, que se apalancará en el crecimiento del sector construcción y que entrega buenos dividendos.

El auge de su negocio de repuestos y servicios ha convertido a Ferreycorp menos dependiente del ciclo económico, según Luis Ramos, gerente de Estrategia en Renta Variable de LarrainVial Re- ➔

Rendimientos por índices sectoriales de la BVL*

En %



El avance del precio de los metales ha impulsado a las acciones mineras

*Al 13 de junio de 2024

Fuente: BVL

search. Y la empresa se beneficiaría con la transición de capex a opex en el negocio minero. "Es una compañía líder en su industria", agrega Ramos.

Las acciones mineras de la BVL son las de mejor *performance* en lo que va del año, al registrar ganancias de 23.9%. Si bien en estos papeles los potenciales upsides serían menores, uno de los que presenta buenas oportunidades es el de Cerro Verde. "Puede tener potencial de crecimiento, si es que el cobre sigue subiendo en el corto plazo", indica Contreras. El ebitda del primer cuatrimestre de Cerro Verde fue mejor que el esperado,

no sólo por el precio de los metales, sino también por su buen manejo de los costos. La minera no tiene deuda fi-

nanciera y posee una fuerte generación de cash, de acuerdo con Guzmán.

El mapa de oportunidades para el 2024 lo complementan las acciones de Credicorp, Enel Generación, Pacasmayo, Alicorp y Minsur. Así, aunque pueda registrar episodios de volatilidad por la incertidumbre que existe alrededor de la tasa de interés de la Fed, la BVL podría cerrar el 2024 incluso con un rendimiento superior al 20%, según estima Credicorp Capital SAB. "Actualmente, existe oportunidad de comprar compañías de muy buena calidad, con ventajas competitivas y valorizaciones que todavía son atractivas", concluye Ramos. (MAP)

POLÍTICA FISCAL

"No sé si el Ejecutivo le está dando la importancia debida al déficit"

El nuevo presidente del Consejo Fiscal, Alonso Segura, discrepa con la posición del gobierno en torno a un déficit fiscal supuestamente "controlado". Por el contrario, el economista advierte que el déficit sigue aumentando, ante la pasividad del Ejecutivo.

El primer ministro, Gustavo Adrianzen, comentó recientemente sobre el estado del déficit fiscal del país. Afirmó que "está controlado". ¿Qué valoración hace el Consejo Fiscal de ese diagnóstico?

Lamentablemente, no parece ser el caso. El déficit fiscal ha venido aumentando en los últimos meses. En abril, estaba ya en 3.6% del PBI, que es bastante grande y muy alejado de la meta fiscal para este año (2%) o la que propuso el actual ministro de Economía (2.5%). Las cifras preliminares de mayo indican que el déficit se está acercando al 4% (finalmente, cerró en 3.9%, según cifras oficiales). Es realmente preocupante. No sé si el Ejecutivo le está dando la importancia debida.

¿En qué cree que se sustente esta evaluación del Ejecutivo?

Hay factores que deberían hacer que [el déficit] comience a revertir más adelante, pero ninguno de ellos es responsabilidad política del gobierno y no te van a dar lo suficiente tampoco. Tienes la recuperación económica, que tiene un gran componente estadístico; la inflación dentro del rango meta, que es responsabilidad del BCR; las decenas de miles de millones de soles que van a entrar a la economía por los retiros de AFP y CTS, una mala medida que contribuirá al crecimiento; y los buenos precios de las materias

primas. Hay factores que sugieren que el déficit debería comenzar a caer, pero nada sugiere que será a la velocidad requerida para converger este año a un déficit razonable.

¿Cuándo podríamos ver un punto

de inflexión en el déficit fiscal?

Si no hay un punto de inflexión, te quedas con un déficit arriba de 3%. Si [el gobierno] sigue sin actuar y dejando pasar todo, como con el endeudamiento de la Municipalidad de Lima, se impactará el déficit. Hay muchas variables de incertidumbre y el gobierno no decide.

¿Hay garantías de que se cumpla la nueva trayectoria fiscal propuesta por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)?

Garantías no hay. Estamos básicamente en un limbo. Tienes medidas del Congreso que generen nuevos gastos y un Ejecutivo que, en muchos casos, no observa [las normas]. No vemos condiciones o propuestas concretas que den confianza.

¿Ha tenido contacto con el titular del MEF, José Arista, tras su nombramiento como Presidente del Consejo Fiscal?

No. Y eso dependerá del ministro. Hay una comunicación, a nivel técnico, con el MEF. Si nosotros vemos alguna urgencia, podríamos pedir alguna reunión. Pero, en general, parte más del ministro si quiere intercambiar opiniones.

¿Esperan que se aclaren los motivos de la salida de Carlos Oliva, en favor de una relación más sana con el Consejo Fiscal?

La línea del Consejo Fiscal no cambiará por la salida de Carlos Oliva. Sus declaraciones no eran a título personal, sustentaban posiciones colegiadas, que siguen siendo las mismas. No se va a notar un cambio ahora que no está Oliva y está Segura.

¿Ven a este MEF capacitado para recobrar la credibilidad fiscal?

La trayectoria fiscal que se ha mandado [como propuesta al Congreso] nos preocupa, porque no hay consolidación en estos dos años de gobierno. Si no hay esfuerzos ahora, se va erosionando la credibilidad. Es importante que el MEF tome el toro por las astas y comience a tomar este tema de manera prioritaria. (JTV)



MACROECONOMÍA

CAPITAL QUE NO REGRESA

Las condiciones económicas y el entorno político llevan a anticipar que, aunque a un menor ritmo, los capitales de corto plazo mantendrán la tendencia de salida que el Perú viene registrando desde el 2021. "Será difícil que regresen los flujos, a menos que se compense el riesgo político y la poca claridad sobre cómo va a evolucionar la economía", reconoce Gonzalo Llosa, profesor de la Universidad del Pacífico.

Respecto al 2023 habrá menos salida de capitales este año. La recuperación de la economía —que se prevé más firme en el 2024— y los mejores precios del cobre juegan a favor de una mayor

Salida de capitales de corto plazo (en millones de US\$)



*Cuenta financiera de capitales de corto plazo del sector no financiero (Activos)

Fuente: BCR

confianza y la normalización de los flujos de corto plazo, según Luis Ramos, gerente de Estrategia de Renta Variable de LarraínVial. Sin embargo, la incertidumbre político-institucional sigue siendo el factor principal que impide la mejora de esta cuenta macroeconómica. "El contexto no permite hablar de una repatriación de los capitales que salieron en los últimos años",

afirma Ramos.

Aunque a un ritmo menor, las salidas de capitales de corto plazo han continuado año a año, desde el 2021. En el 1T24 se registró una fuga menor respecto a lo visto en el mismo periodo de los años anteriores, pero el balance de los últimos 12 meses sigue siendo negativo. "Todavía podrías ver una dinámica de dinero saliendo este año, pero a menor escala. Verías aún empresas que distribuyen dividendos y que es-

tos vayan afuera, porque todavía no hay confianza suficiente para reinvertir", apunta Carlos Rojas, CEO de Capia SAFI.

Al menos una parte de los retiros de fondos de las AFP también podrían salir del país. En especial, las personas de altos ingresos podrían destinar parte de ese dinero a vehículos de inversión que estén lejos de los activos locales. "No necesitan el dinero y lo van a poner en algún fondo de inversión con exposición al extranjero. Eso se tendría que registrar como una salida de capital", señala Llosa.

El menor diferencial de tasas entre el BCR y la Fed de Estados Unidos es otro aliciente para las posiciones en el exterior. Y es que las presiones al tipo de cambio restan interés sobre los activos locales. "Pero en algún momento ese diferencial de tasas debería empezar a favorecernos nuevamente", advierte Rojas. (JTV)

La incertidumbre político-económica sigue impidiendo una mejora

INVERSIONES

RETORNO A LOS FONDOS MUTUOS

Los fondos mutuos vuelven a ganar atractivo como alternativa de inversión, ante un entorno de tasas de interés a la baja.

El patrimonio total administrado alcanzó los S/ 38,730 millones a mayo del 2024. Una cifra que constituye un incremento de 17.7%, respecto a lo registrado a fines del año pasado, según datos de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV). "Este año seguirán creciendo a doble dígito y romperán el nivel de los S/40,000 millones", estima Óscar Zapata, gerente general de Credicorp Capital SAF.

En el mismo periodo, el nú-

mero de participantes aumentó en 22,447 y llegó a los 369,991. "Han entrado inversionistas a fondos tanto en soles como en dólares. Principalmente, a los de corto y mediano plazo", explica Antonio Cevallos, gerente general BBVA Asset Management SAF.

La recuperación se explica, sobre todo, por la tendencia a la baja de las tasas de interés. Los fondos mutuos en soles se empiezan a ver más atractivos que el ahorro tradicional, ante

la expectativa de la reducción de la tasa de referencia del BCR, según explica María Fe Arribas, gerente general de ScotiaFondos.

De esta forma, la migración de parte de los activos administrados por fondos mutuos hacia los depósitos a plazo se está revirtiendo. "En un fondo mutuo, una reducción de tasas tarda más en aplicarse que en

un banco", afirma Leonardo Baptista, jefe de asesoría de Sura Investments. Y la demora

de la Fed de EE.UU. en recortar su tasa crea expectativas de buenos rendimientos de los fondos conservadores en dólares, incluyendo

los de renta fija.

Cevallos destaca que hay creciente interés por los fondos con vencimiento definido, que ofrecen retornos con un alto grado de certeza. "En el mercado, esos fondos estructurados suman hoy más de S/ 5,000 millones", agrega Zapata.

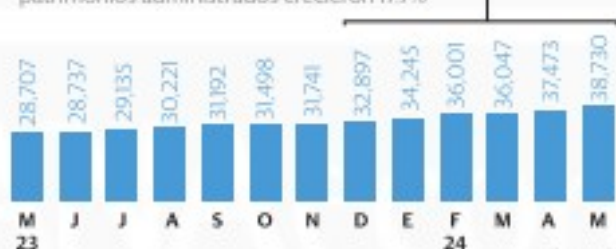
Las gestoras esperan captar parte de los recursos que salgan de las AFP y de la CTS, sobre todo de las personas de alto patrimonio. "Entre 25% y 30% de ese dinero podría ser destinado a ahorro e inversión", prevé Arribas. (MAP)

"Este año [los fondos mutuos] seguirán creciendo a doble dígito"

Evolución de los patrimonios administrados por fondos mutuos

En millones de S/

Entre fines del 2023 y mayo del 2024 los patrimonios administrados crecieron 17.7%



Fuente: SMV

ESTRATEGIA

La venta de créditos ya no basta

Las entidades financieras con productos dirigidos a mujeres han decidido apostar por un ecosistema de servicios complementarios que amplíen su alcance y fidelización.

Las instituciones financieras que ofrecen productos especialmente segmentados para mujeres aceleran su apuesta por servicios complementarios que incrementen su valor agregado. El objetivo es fidelizar a las empresarias, quienes son clientas frecuentes y poseen, generalmente, un buen récord de pagos.

La oferta renovada incluye capacitaciones en gestión de negocios, habilidades blandas, educación financiera e, incluso servicios de salud. "Mujeres Empresarias en Ascenso", un estudio del BID Invest, revela que esta oferta diferenciada podría generar US\$756 millones anuales en ingresos para las entidades financieras peruanas, si satisface las necesidades de clientas no bancarizadas y subatendidas del país. "Se están abordando los productos o servicios para mujeres con más fuerza. No sólo relacionados al crédito, sino también a la asesoría", confirma José Olascuaga, gerente principal de Banca Empresa y Negocios de Scotiabank. Casi el 60% de entidades financieras encuestadas por BID Invest dijeron tener una oferta dirigida a mujeres empresarias (ver gráfico).

Dicha oferta les permite establecer una relación de largo plazo con las clientas, lo que repercute en el consumo de más productos y servicios financieros. "No nos interesa vender un crédito. Nos interesa asesorar, porque de esa manera fidelizamos, retenemos. Por eso, damos estas herramientas adicionales",



dice Miguel Vizarrata, gerente de Productos Activos de Mibanco. Desde este año, al Crédito Mujer que ofrece la entidad desde 2017 se le agregó un seguro oncológico y capacitaciones de educación financiera y empresarial. Entre enero y mayo, 18,000 emprendedoras accedieron al crédito.

Caja Trujillo, por su parte, está ofreciendo su primer producto para emprendedoras: un crédito de hasta S/5,000 para impulsar pequeños negocios.

Quienes accedan al crédito recibirán, ahora, capacitaciones gratuitas en gestión de negocios. "Es una facilidad para la clienta que ya desembolsó. De manera que, cuando venga por un segundo crédito, tenga más capacidades", explica María Isabel Castillo, jefa de Microcréditos y Banca

rización de la caja.

Ofrecer estos servicios, además, sirve para que las entidades avancen en el cumplimiento de sus objetivos de sostenibilidad. En esa línea, Scotiabank busca que el porcentaje de emprendedoras que usan sus plataformas digitales llegue al 50% hasta fin de año. Hoy, tiene 45,000 clientas y el 35% están digitalizadas.

Hacia adelante, algunas entidades ya evalúan complementar su oferta con productos *ad hoc*, según el perfil de las emprendedoras. Banco Alfin, por ejemplo, estudia el desarrollo de un producto para pequeñas empresarias. Y Scotiabank está analizando las necesidades de sus clientas para reforzar el portafolio a nivel regional. (MAB)

"No nos interesa vender un crédito, nos interesa asesorar. Así fidelizamos, retenemos"

Oferta diferenciada para mujeres de las instituciones financieras

Enfoque hacia las clientas



Fuente: Estudio "Mujeres Empresarias en Ascenso" del BID Invest

Razones para ofrecer productos y servicios para mujeres





La Positiva

“La fuerza de ventas incrementó su productividad en más del 30%”

Miguel Pacora, gerente corporativo de Tecnologías de la Información de La Positiva, detalla cómo el proceso de transformación digital y sus proyectos han impactado en los resultados del negocio. Y adelanta los próximos pasos.

El mercado de seguros es cada vez más competitivo, lo que ha impulsado al sector a innovar en sus productos y servicios. ¿Cómo se ha adaptado La Positiva?

Seguimos con mucha más aceleración, con más prioridad en la innovación y la transformación de nuestros servicios, a través de soluciones tecnológicas basadas en cinco pilares: omnicanalidad y diseño centrado en la experiencia de nuestros clientes, gobierno de datos, ciberseguridad, innovación y trabajo colaborativo. La tecnología trabajando de la mano con el equipo de negocio.

¿Qué desarrollos han implementado?

Hemos sacado adelante [para los corredores de seguros] la nueva plataforma para

venta de seguros de vida ley a las empresas. También tenemos una nueva plataforma comercial donde los brokers pueden encontrar, de una manera muy intuitiva, las operaciones para vender nuestros productos. Además, sacamos la nueva app de La Positiva [para clientes] y la app de fuerza de ventas, para que los ejecutivos asesoren al cliente de forma digital y simple.

¿Qué resultados alcanzaron en el 1S24?

Tenemos más de 1.000 corredores utilizando la plataforma comercial. Esto representa, aproximadamente, el 70% de los corredores. La fuerza de ventas incrementó su producti-

vidad en más del 30% con nuestra solución.

¿En qué nuevos productos o servicios para empresas están trabajando?

En una plataforma de seguros de salud, donde nuestros clientes corporativos y su corredor podrán comprar seguros. Aún no está en producción, pero estará disponible hacia finales de este año. En promedio, estamos trabajando en 30 proyectos. También tenemos en cartera nuestra nueva plataforma de venta de seguros de auto y nuestra nueva plataforma de venta de seguros de salud. Van a ser portales [web] y nuestra app de clientes de La Positiva también va a seguir evolucionando. (MAB)

DESARROLLO PROFESIONAL

¿Permanecer en la empresa o salir de esta?



Marlene Negreiros,
Vicepresidenta corporativa de Talento y
Cultura del Grupo UNACEM

Reconocer de antemano los desafíos personales y emocionales que conlleva un fuerte cambio laboral será clave para poder transitarlo con éxito.

Dejar la empresa en la que uno ha trabajado durante años o décadas es una decisión compleja y un cambio trascendente en nuestra vida profesional. En algunos casos, se trata del paso natural hacia la jubilación que, muchas veces, tiene una connotación negativa de vejez y de que sólo somos valiosos cuando somos productivos. En otros, la salida puede ser desencadenada por la posibilidad de emprender un negocio o asumir un reto laboral en otra empresa.

Aunque ambas etapas deben disfrutarse, la última representa una experiencia muy diferente a la primera. Según Harvard Business Review, situaciones como esta suponen grandes desafíos. Y, desde estas líneas, quiero abordar principalmente tres.

El primer reto es reflexionar sobre si se trata del momento adecuado para irte de la empresa y apostar por el

emprendimiento de tus sueños, o iniciar una nueva aventura laboral, cuando la actual ya no cubre tus expectativas. El segundo momento, sin importar qué motivó la decisión, será atravesar esa mezcla de dudas y emociones —quizás incluso de culpa— por dejar una rutina conocida o a los compañeros de siempre. Y el tercer desafío será dejar atrás todo el reconocimiento profesional cosechado a lo largo del tiempo, por explorar nuevas oportunidades en un lugar en el cual no te conocen o valoran. Retar la capacidad de adaptación a una nueva manera de hacer las cosas, una nueva cultura y a nuevos socios o compañeros de trabajo.

El entusiasmo por todo el aprendizaje, descubrimiento y aventura que te esperan puede ser muy alto, pero también es probable que experimentes sentimientos de tristeza y temor a lo desconocido. Reconocer todos estos desafíos de antemano hará más fácil afrontar el cambio y asegurar que tus nuevos planes profesionales sean tan exitosos como el anterior. ■

	MARCA	TÍTULO	ANUNCIANTE	AGENCIAS
ALIMENTOS				
ORO	AVINKA	PRUEBA UN POLLO DE VERDAD HONESTAMENTE	GRUPO SANTA ELENA	BOOST BRAND ACCELERATOR
BANCA Y FINANZAS				
ORO	BCP	SI HACES TODO POR WHATSAPP, HAZ TODO POR WHATSAPP	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	THE JUJU AGENCY, OMD PERÚ KUBROK, ANY STORY, ANY MEDIA
PLATA	BCP	EL REGALÓN DEL CUY MÁGICO	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	CIRCUS GREY, OMD PERÚ
BRONCE	YAPE	YAPE ES MÁS DE LO QUE TE IMAGINAS	YAPE	121 LATAM OMD PERÚ
BEBIDAS ALCOHÓLICAS				
ORO	MULTIMARCA, CERVEZA BACKUS	ACABA CON EL CALOR, QUÉDATE CON EL VERANO	BACKUS AB INBEV	PUBLICOS ZENITH MEDIA PERÚ, DRAFTLINE PERÚ, YAPE
BRONCE	MIKE'S	DEJA EL SHOW	BACKUS AB INBEV	FANTÁSTICA ZENITH MEDIA PERÚ
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS				
PLATA	INCA KOLA	EL MENSAJE DE LA NACIÓN	THE COCA-COLA COMPANY PERÚ ARCA CONTINENTAL LINDLEY	MACCANN LIMA ESSENCE MEDIA COM PERÚ, VML PERÚ
BRONCE	GLORIA	SUM TRIPLE ZERO: EL YOGURT QUE CAMBIÓ EL STATUS QUO DEL SEGMENTO LIGHT	GLORIA	FAHRENHEIT DOB STARCOM PERÚ
BRANDED CONTENT				
ORO	BCP	SERIE WEB: EN LA MENTE DEL VILLANO	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	MACUMBA FILMOGRAFICA OMD PERÚ
CAMBIO POSITIVO BIEN SOCIAL - MARCAS				
PLATA	AJICORP	OLLAS QUE DESARROLLAN EL OTRO RANKING	AJICORP PREMIOS SUMMUM	LADO V, VALOR SOCIOS DE MARCA TRISCA MEDIA, LLORENTE Y CUENCA
PLATA	WOW	COLEGIOS WOW	WOW PERÚ	INITIATIVE PERÚ ZCAMBLING PORTER MOVIE (PERÚ)
CONCIERTIZACIÓN Y EDUCACIÓN SOBRE ENFERMEDADES - MARCAS				
ORO	AREQUIPEÑA	TEJAS	BACKUS AB INBEV	VML PERÚ ZENITH MEDIA PERÚ
CUIDADO PERSONAL				
BRONCE	SURVE	SURVE SE PUSO MÁS FUERTE	KIMBERLY-CLARK	VALOR SOCIOS DE MARCAS CIRCULO MIB, OMD PERÚ
DAVID Y GOLIAT				
ORO	WIN	FLOREROS	WIN PERÚ	LEMON, RESET LOCAL PLANET
PLATA	360 GAMER	NO TE APAQUES, LIBERA TU SED DE JUEGO	INDUSTRIAS SAN MIGUEL	DIGITAS PERÚ STARCOM PERÚ
BRONCE	SRA	MÁS QUE ARTE ES RENOVARTE	GRUPO PALMAS	POTRO LIMA UM PERÚ
EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN				
BRONCE	ISIL	QUE NADA DETENGA TUS GANAS DE AVANZAR	ISIL	VALOR SOCIOS DE MARCAS
BRONCE	UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE-UPN	ELEVANDO LA VALLA DE LA EXIGENCIA EN LA CARRERA DE MEDICINA	LAUREATE PERÚ	FAHRENHEIT DOB, RESET LOCAL PLANET LEMON, OMD PERÚ
ENTRETENIMIENTO Y DEPORTES				
ORO	APUESTA TOTAL	NUNCA DEJES DE CREER	APUESTA TOTAL	VALOR SOCIOS DE MARCAS IPG MEDIASBRANDS PERÚ
EQUIDAD, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN - MARCAS				
ORO	CEMENTO SOL	VEREDAS QUE GUÍAN	UNACEM	CIRCUS GREY APOYO COMUNICACIÓN, DÍWAMO
ÉXITO SOSTENIDO				
PLATA	OP	¡YA TOCA YA CUATRO AÑOS DEBERRANDO EXCUSAS	OROMA	CIRCUS GREY, VML PERÚ UM PERÚ
BRONCE	ISIL	APRENDE HACIENDO A TU MANERA	ISIL	VALOR SOCIOS DE MARCAS
BRONCE	APUESTA TOTAL	PARA GANAR, HAY QUE CREER	APUESTA TOTAL	VALOR SOCIOS DE MARCAS MEDIA ANALYTICS
EXTENSIÓN DE LÍNEA DE PRODUCTOS				
ORO	KFC	EL LANZAMIENTO DE KONAZO CAPTURÓ A LA GEN Z	KFC PERÚ	MULLENLOWE SSP3 PERÚ PHD PERÚ
PLATA	FRÍO RICO	FRESA DE HUARA: EL SABOR QUE CONQUISTÓ A LOS PERUANOS	NESTLÉ PERÚ	VML PERÚ MCCANN LIMA, THRIVE
BRONCE	BONILÉ DEFENSIS	DEFENDIENDO EL CONSUMO DE LAS EVAPORADAS EN LOS NSE DE	GLORIA	FAHRENHEIT DOB STARCOM PERÚ
EXTENSIÓN DE LÍNEA DE SERVICIOS				
ORO	YAPE	SI NO QUIERES QUE LA VIDA TE ESTRESE, MEJOR YAPEA TODO EN LOS POS.	YAPE	121 LATAM OMD PERÚ
PLATA	WIN	CONTRATO TÓXICO	WIN PERÚ	LEMON, RESET LOCAL PLANET
BRONCE	QIPAY	GESTIONA TU NEGOCIO DESDE TU POS ALL-IN-ONE	QIPAY	VML PERÚ
GOLOSINAS, POSTRES Y SNACKS				
ORO	PICARAS	EL GUSTO DE COMERSE EL MUNDO JUNTOS	COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES	DIGITAS PERÚ IPG MEDIASBRANDS PERÚ
PLATA	CASINO	LA VIDA NO TIENE UN SOLO SABOR	AJICORP	VML PERÚ INFINITO CONSULTORES, MINDSHARE
PLATA	CHOCOMAN	COMBATIENDO EL ANTOJO	MOUTALIA	TBWA PERÚ INITIATIVE PERÚ, BURNS THE AGENCY LIMA
IDEA DE MEDIOS				
ORO	CEMENTO SOL	LOS SUEÑOS DE SOL	UNACEM	VML PERÚ APOYO COMUNICACIÓN, DÍWAMO, LLORENTE Y CUENCA
PLATA	INCA KOLA	EL MENSAJE DE LA NACIÓN	THE COCA-COLA COMPANY PERÚ, ARCA CONTINENTAL LINDLEY	MCCANN LIMA ESSENCE MEDIA COM PERÚ, VML PERÚ
BRONCE	CLARO	CUANDO MAMÁ LLAMA	CLARO PERÚ	HAVAS MEDIA, VALOR SOCIOS DE MARCAS YOURANGLI BSD, COMUNICAH OMD PERÚ, PHD PERÚ, MCCANN LIMA, SPARK, PUBLICOS GROUPE

MARCA	TÍTULO	ANUNCIANTE	AGENCIAS
INNOVACIÓN EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE			
ORO	TADA DELIVERY	EL QUE RETORNA, RETORNA	BACKUS ABINBEV DRAFTLINE PERÚ THE JUJU AGENCY
PLATA	ENTEL	REVOLUCIONANDO LA RENOVACIÓN DIGITAL DE EQUIPOS CELULARES	ENTEL PERÚ MCCANN LIMA FEARLESS
INNOVACIÓN EN MARKETING			
ORO	IZPAY	AHORA CON IZPAY COBRAS EL DINERO DE TUS VENTAS EN ONE	IZPAY VML PERÚ
PLATA	CREDICÁLIDA	PROMOVRIENDO LA INCLUSIÓN FINANCIERA SIN SER UN BANCO	CÁLIDA GAS NATURAL DEL PERÚ MCCANN LIMA OMD PERÚ
BRONCE	AMERICAN COLORS	ULTRA LAVABLE: REVOLUCIONANDO LA "LAVABILIDAD" DE LAS PINTURAS	OROMA FAHRENHEIT DOB, UM PERÚ MCCANN LIMA
INTERNET Y TELECOMUNICACIONES			
ORO	ENTEL	AHORA LOS POSTRAGO PUEDEN RECARGAR A LOS PREPAGO	ENTEL PERÚ MCCANN LIMA SPARK - PUBLICS GROUPE
PLATA	WIN	FLOREROS	WIN PERÚ LEMON. RESET LOCAL PLANET
BRONCE	ENTEL	#USEMOSELCELLARCONMODERACIÓN	ENTEL PERÚ MCCANN LIMA SPARK - PUBLICS GROUPE, IMPRONTA COMUNICACIÓN
MARKETING DE INFLUENCERS			
ORO	KFC	KONAZO: UN RETO BRWAZO	KFC PERÚ MULLENLOWE SSP3 PERÚ PHO PERÚ
PLATA	CLARO	CUANDO TE CONECTAS, TODO ES MÁS CHÉVERE	CLARO PERÚ VALOR SOCIOS DE MARCAS, YOURPANKU BBDO HAVAS MEDIA
BRONCE	BEE5	LA VOZ DEL CRECIMIENTO	BACKUS ABINBEV DRAFTLINE PERÚ
MARKETING ESTACIONAL			
ORO	CLARO	CUANDO MAMÁ LLAMA	CLARO PERÚ HAVAS MEDIA, VALOR SOCIOS DE MARCAS YOURPANKU BBDO, COMUNICAH
PLATA	ECCO	EL SECRETO DEL HELADITO	NESTLÉ PERÚ OGILVY PERÚ MCCANN LIMA, IPG MEDIAN BRANDS PERÚ
BRONCE	PÍCARAS	EL GUSTO DE COMERSE EL MUNDO JUNTOS	COMPañIA NACIONAL DE CHOCOLATES DIGITAS PERÚ IPG MEDIAN BRANDS PERÚ
MEDIOS DE COMUNICACIÓN			
BRONCE	AMÉRICA TV	LA SALUD MENTAL TAMBIÉN ES SALUD	AMÉRICA TV VALOR SOCIOS DE MARCAS
MOMENTO OPORTUNO			
ORO	RIPEY	REMATE BISISTO: UNA PROMOCIÓN DE LOCURA QUE ROMPIÓ RÉCORD DE VENTAS	RIPEY PERÚ LLORENTE Y CUENCA, TRIBECA MEDIA ARENA MEDIA PERÚ
PLATA	INCA KOLA	EL MENSAJE DE LA NACIÓN	THE COCA-COLA COMPANY PERÚ, ARCA CONTINENTAL, UNILEY MCCANN LIMA ESSENCE MEDACOM PERÚ, VML PERÚ
BRONCE	ENTEL	CONTIGO EN TUS CONCIERTOS	ENTEL PERÚ MCCANN LIMA FROM MY MOOD
NEGOCIO A NEGOCIO (B2B)			
PLATA	IZPAY	AHORA CON IZPAY COBRAS EL DINERO DE TUS VENTAS EN ONE	IZPAY VML PERÚ
OTROS PRODUCTOS			
ORO	ORP	DEJA LAS EXCUSAS, ¡YA TOCA YA!	OROMA VML PERÚ, UM PERÚ
OTROS SERVICIOS			
ORO	CREDICÁLIDA	PROMOVRIENDO LA INCLUSIÓN FINANCIERA SIN SER UN BANCO	CÁLIDA GAS NATURAL DEL PERÚ MCCANN LIMA OMD PERÚ
PROMOCIONES DE SERVICIOS			
PLATA	WIN	CONTRATO TÓXICO	WIN PERÚ LEMON. RESET LOCAL PLANET
BRONCE	CLARO	CUANDO MAMÁ LLAMA	CLARO PERÚ HAVAS MEDIA, VALOR SOCIOS DE MARCAS YOURPANKU BBDO, COMUNICAH
REDES SOCIALES			
BRONCE	RIMAC SEGUROS	LA NOVA VARADA	RIMAC SEGUROS Y REASEGUROS MCCANN LIMA STARCOM PERÚ
RELANZAMIENTO DE PRODUCTOS			
PLATA	CASINO	LA VIDA NO TIENE UN SOLO SABOR	ALICORP VML PERÚ INFINTO CONSULTORES, MINOSHARE
REPUTACIÓN CORPORATIVA			
BRONCE	ONCOSALUD	TU LUCHA, NUESTRA LUCHA	ONCOSALUD LEMON. RESET LOCAL PLANET, LA VENA
SEGUROS			
PLATA	RIMAC SEGUROS	LA NOVA VARADA	RIMAC SEGUROS Y REASEGUROS MCCANN LIMA STARCOM PERÚ
BRONCE	RIMAC SEGUROS	ROMPIENDO EL MITO DE LAS ASEGURADORAS EN EL MERCADO DE VIDA E INVERSIÓN	RIMAC SEGUROS Y REASEGUROS MCCANN LIMA STARCOM PERÚ

GRAN EFFIE

AVINKA
PRUEBA UN POLLO DE VERDAD,
HONESTAMENTE

GRUPO SANTA ELENA

BOOST BRAND ACCELERATOR

MEJOR ANUNCIANTE:

MEJOR AGENCIA DE RED:

MEJOR AGENCIA INDEPENDIENTE:

MEJOR AGENCIA DE MEDIOS:

BACKUS AB INBEV

MCCANN LIMA

VALOR SOCIOS DE MARCAS

OMD PERÚ



Los ganadores del GRAN EFFIE 2023: Avinka - Grupo Santa Elena con el caso 'Prueba un pollo de verdad, honestamente'.

EFFIE PERÚ 2024: RECONOCIMIENTO A LA GRAN PUBLICIDAD

El miércoles 12 de junio se llevó a cabo la 29ª edición de los Effie Awards Perú en el Teatro Nos, en el distrito de San Isidro. Durante la ceremonia de premiación se reconoció la innovación, la excelencia y, sobre todo, la capacidad para crear mensajes publicitarios tan creativos como inspiradores. ■



Equipo de Backus Ab InBex con el premio mejor anunciante del año.



Juan Luis Larrabure, chief strategy and marketing officer en Rimac Seguros y Reaseguros.



Equipo de CPP, ganadores Plata de la Categoría Éxito Sostenido: ¡Ya toca ya! Cuatro años derribando excusas.

OLLAS *que* **DESARROLLAN**



+3 M de raciones de alimentos entregados	+37,000 personas beneficiadas de 432 ollas comunes	+1,100 lideresas capacitadas en 9 ciudades del país	+30 emprendimientos creados
---	---	--	--

Ollas Que Desarrollan, iniciativa social promovida por Alicorp, viene siendo reconocida en los festivales de creatividad por su estrategia de comunicación y contribución al fortalecimiento de las ollas comunes en el Perú.



allicorp

Acompañando a los peruanos en su desarrollo





Escanea
el QR

CREANDO UNA SOCIEDAD MEJOR CONSTRUIDA Y MAS INCLUSIVA



Escanea
el QR

VEREDAS QUE GUÍAN

Categoría:
Equidad, diversidad e inclusión
Effie de oro



Política

Un esquema diseñado a la medida del Congreso

La estructura propuesta por el Congreso para reemplazar a la Junta Nacional de Justicia dejaría al sistema judicial y los organismos electorales sometidos al poder político.

Las iniciativas que se vienen impulsando en el Congreso de la República para reemplazar a la Junta Nacional de Justicia (JNJ) y crear, en su lugar, una Escuela Nacional de la Magistratura y una Autoridad Nacional de Control impactarían de forma desfavorable en la calidad de los jueces y fiscales del país. Estos quedarían más supeditados al poder político, bajo el nuevo esquema propuesto.

Durante la primera semana de junio, la Comisión de Constitución aceleró el trámite para aprobar el dictamen que plantea reformar 13 artículos de la Constitución del Perú. El 4 de junio, la comisión retomó el debate, pese a que no estaba previsto en su agenda y al día siguiente —en sesión extraordinaria— el dictamen fue aprobado con 13 votos a favor (5 de ellos, con reservas). Como corresponde cuando se trata de reformas a la Carta Magna, la norma debe ser aprobada con mayoría calificada en dos legislaturas consecutivas para entrar en vigencia.

De ser aprobada, el primer efecto de la reforma

sería la eliminación de la JNJ. El dictamen dispone su inmediata disolución. A partir de ahí, el Senado tendría poder prácticamente indiscutido sobre el sistema de justicia y los organismos electorales.

La propuesta de reforma constitucional plantea que el control disciplinario y los procesos de nombramiento, que hoy recaen en la JNJ, sean ejercidos, respectivamente, por la Autoridad Nacional de Control y la Escuela Nacional de la Magistratura. Esta última entidad también estaría a cargo de la formación de jueces y fiscales. Al respecto, la actual Academia de la Magistratura ha opinado —en un comunicado— que reunir las funciones de nombramiento y formación en un sólo organismo atentaría contra la especialización que se requiere en estas tareas.

Actores políticos señalaron, en respuesta a este cuestionamiento, que la futura Escuela Nacional de la Magistratura sería similar a la Academia Diplomática. Una comparación que, para el abogado penalista José Ugaz resulta “impertinente”. “El cuerpo diplomático es una rama profesionalizada que pertenece al Ejecutivo. La justicia es un poder autónomo y, cuanto más lejos esté del poder político, mejor. Acá están otorgando de contrabando control al Congreso”, agrega el socio fundador de Benites, Vargas y Ugaz.

El diseño institucional propuesto para la nueva Escuela Nacional de la Magistratura haría a esta futura entidad permeable a las interferencias políticas. En este punto, de hecho, no supone una mejora ni siquiera en relación con el desaparecido Consejo Nacional de la Magistratura (CNM). “Lo grave es el órgano de gobierno: la escuela va a ser integrada por un juez y un fiscal supremo titular en actividad o cesante. Como la mayoría son provisionales, lo más probable es que nombren cesantes y en esa lista tenemos impresentables”, advierte Samuel Abad, socio de Hernandez & Cía.

La inclusión de un representante →

Conformación propuesta por la Comisión de Constitución del Congreso

Consejo Nacional de la Magistratura (1994-2019)

Consejo Directivo compuesto por:

- Fiscal de la Nación, quien ejercía la presidencia
- Dos representantes de la Corte Suprema
- Un representante de la Federación Nacional de Colegios de Abogados del Perú
- Dos representantes del Colegio de Abogados de Lima
- Dos representantes de las facultades de Derecho de la República

Escuela Nacional de la Magistratura (propuesta)

Consejo Directivo compuesto por:

- Un juez supremo titular, en actividad o cesante, elegido por la Sala Plena de la Corte Suprema de Justicia
- Un fiscal supremo titular, en actividad o cesante, elegido por la Junta de Fiscales Supremos
- Un exrector de las universidades nacionales y públicas

También elige a:

Autoridad Nacional de Control

Fuente: Congreso de la República

Conversatorio

Acción climática

¿Cómo continuar reduciendo
la huella de carbono?

25 JUNIO | **10:00 AM** | *Vía Streaming*

Participan:



Carlos Adrianzen

Gerente de Sostenibilidad
de UNACEM Perú



Lorena Trelles

Jefe de Relaciones Públicas
y Comunicaciones de Luz
del Sur



Claudia Chávez

Discipline Leader Premises
& Services de BBVA en Perú



Tamiko Hasegawa

Gerente de Sostenibilidad e
Innovación de AngloAmerican



te de universidades — algo que ya se daba en el antiguo CNM — tampoco garantiza la idoneidad. “Hay muchas universidades públicas que están controladas políticamente. Entonces, esto genera suspicacias”, señala Ugaz.

El dictamen aprobado plantea, además, que los integrantes de la autoridad de control puedan ser removidos con los votos de dos terceras partes del Senado, por “falta grave” y sin antejuicio. “Causa grave puede ser cualquier cosa. Esto es subordinar a los integrantes de un órgano jurisdiccional al poder político [...] que no resuelve en base a criterios jurídicos o técnicos”, dice Abad.

La reforma, por otro lado, impactaría al sistema electoral. Ello ya que plantea que el Congreso adopte la facultad

“La justicia es un poder autónomo. Y, cuanto más lejos esté del poder político, mejor”

de designar a los jefes de la ONPE y de la Reniec, que hoy ejerce la JNJ. “Esto no garantiza que el Senado vaya a actuar con independencia,

sin querer inclinar la balanza a favor de algún partido”, remarca Erick Urbina, constitucionalista y docente de la Universidad de Lima.

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) ha opinado en un informe que el proyecto contraviene el principio de equilibrio presupuestario y representa una iniciativa de gasto que excede las funciones del Congreso, pues supone “demanda adicional de recursos al Tesoro Público que no están previstos en el Presupuesto del Sector Público para 2024”. Pero, aun si quisiera, el Ejecutivo no podría observar esta iniciativa, pues el artículo 206 de la Constitución establece que el presidente no puede usar esta facultad cuando se trata de leyes de reforma constitucional. (KRA)

LABORAL

ACELERADOR DE COBROS

Un dictamen recientemente aprobado por la Comisión de Trabajo del Congreso podría derivar en que la Sunafil pase a determinar los montos de las deudas laborales y que el Poder Judicial únicamente se limite a ordenar su pago, en caso el trabajador inicie un proceso de ejecución. Aunque con esto se busca que los trabajadores cobren de manera célere, los empleadores verían limitada la posibilidad de defenderse en sede judicial.

Bajo la normativa vigente, determinar el monto que una empresa adeuda a un trabajador por concepto de gratificaciones, reintegros, homologación de remuneraciones u cualquier otro beneficio económico, y exigir su pago, son competencias exclusivas de un juez. Si bien Sunafil puede advertir el adeudo, su competencia como instancia administrativa únicamente llega hasta la invocación para que el empleador realice el pago.

En caso de incumplimiento, la superintendencia puede iniciar un procedimiento sancionador e imponer una multa. Pero, si este mecanismo de presión no funciona, para que el trabajador exija el pago será preciso que acuda a la vía judicial.

De prosperar en el Pleno del Congreso, el dictamen aprobado en comisión cambiaría esta figura. Y, en la práctica, desvirtuaría el uso de la vía judicial como instancia para discutir deudas laborales.

Actualmente, las actas que emiten los inspectores de Sunafil contienen únicamente el listado de infracciones cometidas, así como el cálculo de la multa que se genera en consecuencia. Pero el dicta-

men plantea que dichas actas incluyan, en adelante, también el monto de la deuda laboral. Así, de confirmarse tal monto, cuando concluya el procedimiento sancionador de Sunafil sólo quedaría que la instancia judicial ejecute, en otro proceso, lo dictado por la instancia administrativa.

El juez sólo podría ordenar el pago de la deuda y ya no evaluaría el fondo del caso. “El acta de infracción [de Sunafil] va a poder señalar cuánto se le debe a un trabajador por gratificación o CTS. Ahí el inspector haría las veces de perito contable para que el trabajador, sólo con la resolución administrativa, vaya al Poder Judicial y haga que se ejecute el monto que se determinó”, explica Sandra La Rosa, asociada de Damma Legal Advisors.

El nuevo esquema propuesto haría, entonces, que la determinación de la deuda laboral y su cobro sean mucho más rápidos, a costa

de una profunda discusión de cada caso. Con lo cual recorta las facultades del juez y el margen del empleador para defenderse. “Lo que se pretende es que la resolución de última instancia de Sunafil, que determina el adeudo, funcione casi como una sentencia judicial. Y no es correcto equiparar las labores de un inspector a las de un juez”, cuestiona Aymé Limaco,

associate partner de Equivalius.

Si bien el empleador aún podría cuestionar en sede judicial una resolución de Sunafil, quedaría en desventaja y tendría menos incentivos para hacerlo. “El empleador podría discutir en la vía judicial [lo que haya dictado Sunafil], pero tendría en paralelo que pagar las obligaciones determinadas en la inspección. El escenario más complicado será cuando el empleador pague al trabajador, pero luego gane el contencioso”, advierte Carlos Cadillo, socio de Miranda & Amado. (KRA)



De prosperar el dictamen, ya no sería el juez el que determine el monto de una deuda laboral, sino Sunafil

PREMIO IPAE AL EMPRESARIO 2023

FELICITAMOS A
CARLOS AÑÑOS JERÍ
POR SU DESTACADA
TRAYECTORIA PROFESIONAL
Y SU CONTRIBUCIÓN AL
DESARROLLO DEL PERÚ



Carlos Añños Jerí, emprendedor ayacuchano y fundador de AJE, donde desempeñó posiciones ejecutivas y cargos gerenciales en el área de finanzas, además de ser parte de la Dirección Ejecutiva de las empresas del grupo.

Responsable de establecer la posición global y estrategia financiera de la compañía. Desde el 2006, fue encargado del diseño y gestión del Holding Corporativo, y CEO para la región Asia-Pacífico.

En la actualidad es Presidente del Patronato Pikimachay, organización sin fines de lucro, ni políticos cuyo fin es poner en valor la región Ayacucho. Fundador de Tiypuy, la megabrand de alimentos de productos orgánicos ayacuchanos.

Con estudios en Ingeniería Industrial en la Universidad Ricardo Palma, y diversos cursos de educación ejecutiva centrados en gestión avanzada y estrategia en prestigiosas escuelas de negocios como Universidad de Piura, IESA (Venezuela), IESE (España) y Harvard Business School (EEUU).

PREMIOS IPAE DESDE 1961 Norman E. King • Rómulo Ferrero Rebagliati • Alfonso Montero Muelle • Emilio Romero Padilla • Germán Aguirre Ugarte • Max Reiser Gasser • Jorge Ferrand Inurritegui • Carlos Ferreyros Ribeyro • Máximo Cisneros Sánchez • Isaac Lindley Stoppanie • Marco Fernández-Baca Carrasco • Jacques Richard Custer Loire • Gabriel Lanata Piaggio • Daniel Rodríguez Hoyle • Alejandro Tabini Fernández-Dávila • Octavio Mávila Medina • Alberto Benavides De La Quintana • Juan Mejía Baca • Guillermo Wiese De Osma • Ernesto Baertl Montori • Jaime Rey de Castro López de Romaña • Jorge Grieve Magde • Emilio Guimoye Hernández • Luis Hochschild Plaut • Julián Bustamante Cabello • Jaime Rizo-Patrón Remy • Jesús Arias Dávila • José Valdez Calle • Alejandro Miró Quesada Garland • Felipe Ortiz de Zevallos Madueño • Ramón Remolina Serrano • Erasmo Wong Lu • Clelia Lercari Flórez • Juan Antonio Aguirre Roca • José Graña Miró Quesada • Manuel Moreyra Loredó • Alvaro Quijandria Salmón • Charles G. Preble • Oscar Espinosa Bedoya • Elías Bentín Peral • Augusto Baertl Montori • Luis Bustamante Bealúnde • Federico Mulder Eymann • Hernando de Soto Polar • Jorge Gruenberg Schneider • Alfonso Bustamante y Bustamante • Gastón Acurio Jaramillo • Martha Mifflin Daffino • Carlos Paredes Gonzales • Ricardo Briceño Villena • Eduardo Hochschild Beeck • Carlos Rodríguez Pastor • José Miguel Morales Dasso • Gonzalo Galdós Jiménez • Rosario Bazán Cabellos • Rolando Arellano Cueva • Ramón Barúa Alzamora • Estuardo Masías Marrou • Carlos Hiraoka Torres • Marina Bustamante Méjico • Carlos Neuhaus Tudela • Mariana Rodríguez Risco



*¡Obra
iniciada!*



MELITÓN PORRAS

244

**Último Dpto
Penthouse**

**Entrega
Agosto 2024**

MELITÓN
PORRAS
230



**Último Dpto
Flat 1er piso**

